Marc Perl-Michel

Werde zum Happy Place ...

Erleben Sie einen Vortrag, der auf unterhaltsame und unvergessliche
Weise Business-Themen verbindet, sodass Teilnehmer noch lange darüber sprechen

Business Disney Magic

„Es macht Spaß, das Unmögliche zu tun.“

Walt Disney

Inhalt

Ein Thema, eine Idee eine packende Botschaft ..... 4 & 5

Warum Disney? ..... 6 & 7

Business. Disney. Magic. ..... 8 & 9

Ihr Event. Mein Vortrag ..... 10 & 11

So arbeiten wir zusammen ..... 12 & 13

FAQs 14

Über mich und meine Mission 15

Ein Thema.
Eine Idee.
Eine Botschaft.

100 % KUNDISCH ist die Kunst, dem Kunden an allen relevanten Stellen zu vermitteln, dass man ihn mehr liebt als die eigenen Angebote, Produkte, Lösungen und Dienstleistungen. KUNDISCH ist also keine Strategie oder Taktik. Es ist eine Grundhaltung. Es geht um Innovation, Begeisterung, Liebe, Hingabe und darum, wie all das in einer packenden Unternehmenskultur verankert wird.

Am Ende zählt weniger, was man selbst über sich und seine Angebote weiß – entscheidend ist, was die Kunden über die angebotenen Produkte, Lösungen und Dienstleistungen wahrnehmen und wissen.

Fast noch wichtiger ist aber die Geschichte, die mit dem Unternehmen, seinen Angeboten, Lösungen und Dienstleistungen und den Menschen im Unternehmen verbunden wird. Diese Geschichte und die daraus resultierenden individuellen Kundenerlebnisse sind es, die im Gedächtnis und in der Kommunikation der Kunden bestehen bleiben – und so die Wahrnehmung des Gesamtbildes prägen.

100 % KUNDISCH – nicht mehr, aber auch nicht weniger

Das Hauptziel eines Unternehmens ist es, Probleme zu lösen oder Bedürfnisse der Kunden zu befriedigen. Alles dreht sich also um den Kunden. Ob Buchhaltung, Service, Produktentwicklung, Vertrieb oder Marketing – überall geht es im Kern darum, ein Leistungsversprechen gegenüber dem Kunden zu formulieren und einzuhalten.

Das macht das Thema 100 % KUNDISCH aus vielen Perspektiven so spannend, wichtig und wertvoll. Ideal für praktisch alle Unternehmen, die mit erstklassigen Angeboten und hervorragendem Service punkten wollen.

Folgende Themenbereiche deckt 100 % KUNDISCH ab:

- Vertrieb
- Marketing
- Strategie
- Storytelling
- Kundenorientierung
- Unternehmenskultur
- Führung
- Veränderungsprozesse

Bitte beachten Sie

Bei mir gibt es keinen Vortrag von der Stange. Für Ihre Veranstaltung schneide ich einen Vortrag so zu, dass er passt und genau die Botschaften in den Mittelpunkt stellt, die für Sie und Ihre Gäste wichtig sind.

„100 % KUNDISCH ist die Kunst, Kunden an allen Schnittstellen zu vermitteln, dass man sie mehr liebt als die eigenen Angebote, Produkte, Lösungen und Leistungen.“

Marc Perl-Michel

Warum Disney?

Ich bin ein großer Fan der Disney-Themenparks. Vor allem Walt Disney World in Florida, aber auch Disneyland Paris haben es mir angetan. Schon bei meinem ersten Besuch 1991 war klar, dass Walt Disney hier etwas ganz Besonderes geschaffen hat.

Aber erst zwei Jahre später, bei meinem ersten fünftägigen Aufenthalt in Florida, hat mich der Zauber so richtig gepackt. Fünf Tage, in denen ich alles erleben kann, was man mir bietet. Fünf Tage, die ausreichen sollten, um alle drei Parks zu besuchen, jede Fahrt und jede Show zu erleben. Ich habe mich geirrt.

Natürlich habe ich in diesen fünf Tagen alles gesehen, was ich mir vorgenommen hatte. Aber vor allem habe ich entdeckt, was die Walt Disney World in Florida noch alles zu bieten hat.

Was ich damals erlebte, war nur ein Prinzip, das die Disney-Themenparks so erfolgreich und zu wahren Publikumsmagneten macht. In den folgenden Jahren lernte ich viele weitere Geheimnisse kennen. Ich erlebte immer wieder, wie Disney den Gast in den Mittelpunkt stellt, um ihm ein Erlebnis zu bieten, an das er sich noch lange mit wahrer Begeisterung erinnert.

Heute blicke ich auf viele Besuche zurück und verbinde meine Erfahrungen mit Impulsen, die für jedes Unternehmen wertvoll und wichtig sind. Mit der Disney University betreibt die Walt Disney Co. eine eigene Abteilung, die nicht nur für die Ausbildung der eigenen Mitarbeiter zuständig ist, sondern auch führende Unternehmen mit einem hohen Anspruch an Kundenservice schicken ihre Mitarbeiter zur Disney-University.

Aus gutem Grund, denn Disney ist in vielen Bereichen absolute Spitze – und die Zahlen sprechen (meist) für sich. Ob Kundenservice, Vertrieb, Marketing, Kreativität, Storytelling oder Führung. Disney ist immer perfekt für einen Blick über den Tellerrand.

Allein die Themenparks ziehen jährlich über 100 Millionen Besucher an. Viele Gelegenheiten und Berührungspunkte, an denen sich ein ganz besonderer Zauber entfaltet.

12 Themenparks auf der ganzen Welt verteilt in den USA, Europa und Asien.

40 Hotels auf dem eigenen Gelände, davon werden 27 Resorts von Disney betrieben.

2019 haben rund 59 Millionen Gäste die Parks in Florida besucht.

Die Hotels von Disney haben über das ganze Jahr hinweg eine Auslastung von über 90 %.

Aktuell sind 5 Kreuzfahrtschiffe von Disney auf div. Routen unterwegs – zwei neue Schiffe sind im Bau.

In regelmäßigen Abständen wird eine eigene Insel, Castaway Cay, auf den Bahamas angesteuert.

Im Geschäftsjahr 2022 waren weltweit rund 220.000 Mitarbeiter in der Walt Disney Co. tätig.

Allein die Resorts in Florida haben über 36.000 Zimmer.

Mit Star Wars: Galactic Starcruiser betreibt Disney ein packendes Live-Action-Rollenspiel für Star Wars Fans.

Die 5 magische Schlüssel reichen bei Disney als hocheffektives Leadership-Prinzip aus.

In den Parks ist jeder Angestellte, egal ob Straßenkehrer oder Manager, angehalten, sich um Gäste zu kümmern.

Seit Jahrzehnten basiert die Kommunikation mit Gästen auf einem Prozess mit 7 Schritten.

Als Besucher der Disney-Parks erlebt man, dass alles eine Story hat und die Übergänge fließend sind.

In den Disney-Themenparks dreht sich absolut alles um den Gast – nicht um den Besucher oder Kunden.

In Florida betreibt Disney das weltweit erste Restaurant in einer Höhe von 220 Meilen.

Business. Disney. Magic.

Im Laufe von mehr als 20 Jahren wurde ich als Referent zu verschiedenen Anlässen gebucht. 100 % KUNDISCH, das mich seit ca. 2004 begleitet, war dabei immer ein wesentlicher Bestandteil. Auch habe ich immer wieder Beispiele und Erlebnisse aus den Disney-Themenparks eingebaut, um hier verschiedene Besonderheiten hervorzuheben und zu verdeutlichen. Aber mein Vortrag war immer ein sehr typischer Businessvortrag. Das ändert sich jetzt mit meinem neuen Ansatz, der unter dem Leitthema *„Werde zum Happy Place …“* steht.

In jedem Unternehmen sollte der Kunde im Mittelpunkt stehen. Walt Disney wusste das schon lange bevor er sein Disneyland eröffnete. Eine seiner wichtigsten Entscheidungen war es, die Menschen, die den Park besuchen, nicht als Kunden oder Besucher, sondern als Gast zu bezeichnen. Gast ist nur ein Wort, aber dahintersteckt eine grundsätzliche Haltung. Mit Gästen geht man anders um, als mit Kunden. Bei Disney hat dieser Denkansatz Tradition und genau deshalb sind die Themenparks auch aufregend und anders als alle anderen Freizeitparks.

Beispiele aus der Praxis für die Praxis

Bei Disney denken viele zuerst an Mickey Mouse, Zeichentrickfilme oder den beliebten Streamingdienst Disney+. Aber Disney ist mehr – viel mehr.

Disney ist der größte Produzent und Vermarkter von plattformübergreifenden Inhalten. Weiterhin ist Disney auch weltweit einer der größten Anbieter im Tourismusbereich. Themenparks mit über 100 Millionen Besuchern pro Jahr, rund 40 Hotelanlagen mit über 36.000 Zimmern, 12 Themenparks, 5 Kreuzfahrtschiffe (2 weitere sind in Planung), eine eigene Insel, ein Restaurant im Orbit, einem eigenen Star Cruiser, einem erfolgreichen Time Share-Business und vieles mehr. Spätestens jetzt ist klar, dass Disney ein Gigant auf seinem Gebiet ist.

Besonders beeindruckend sind aber zwei ganz spezielle Kennzahlen. Zum einen liegt die Auslastung der Hotels bei über 90 % (Stand: 2019) und zum anderen beeindruckt die Zahl der Menschen, die innerhalb von 3 bis 5 Jahren die Themenparks erneut besuchen. Diese Quote liegt bei rund 70 %. Bei ca. 59 Millionen Besucher in Florida (Stand: 2019) verdeutlichen die Dynamik eindrucksvoll.

Doch all das ist kein Zufall, sondern basiert auf Disneys Fundament der absoluten Kundenorientierung. Alle Prozesse fußen auf einfachen Regeln, die am Ende zu einem großartigen Erlebnis führen. Einem Erlebnis, an das sich die Gäste noch lange erinnern und von dem sie gerne in ihrem Umfeld erzählen.

Sie sehen, es gibt unendlich viele Details, Geschichten und Strategien, die man von Disney lernen kann – und genau darüber spreche ich in meinem Vortrag.

Nicht umsonst schicken viele Unternehmen ihre besten Leute zu den Ausbildungsprogrammen der Disney University. Ich selbst habe im Laufe der Jahre Einblicke in die Grundprinzipien erhalten und immer wieder selbst erlebt. Heute spreche ich mit Begeisterung über meine Erfahrungen und das, was Disney ausmacht. Das Ergebnis sind Ideen, Impulse und Beispiele, die in der Praxis von Unternehmen ihr volles Potenzial entfalten.

Ein wahrhaft magischer Ort

Die Themenparks von Disney ziehen jedes Jahr Millionen von Besuchern an. Es sind Orte, die eine ganz besondere Magie ausstrahlen, die Menschen etwas Außergewöhnliches erleben lassen und zum Träumen einladen.

Storytelling – es gibt viel zu erzählen

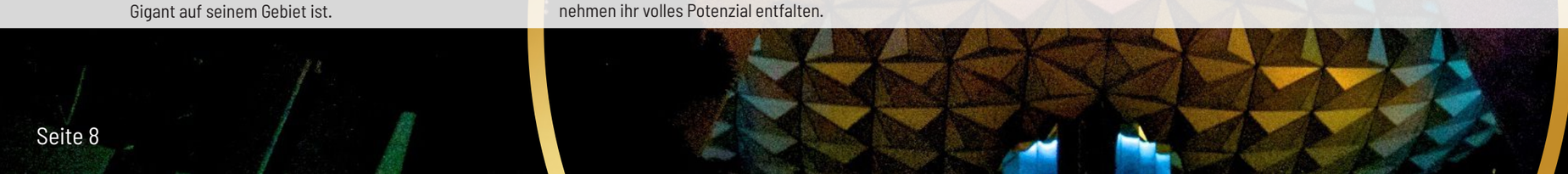
Bei Disney hat alles eine Geschichte und jeder Themenpark für sich ist eine Sammlung von Geschichten. Schon das Betreten des Parks ist eine Inszenierung für sich. Dieses Prinzip ist bei Disney so tief verankert, dass kein Fahrgeschäft einfach nur aufgestellt und mit ein paar Figuren dekoriert wird. Bei den Imageneers, den Machern hinter allen Attraktionen, beginnt alles mit einer Story – egal ob für ein Restaurant, einen Kiosk oder ein Fahrgeschäft.

Hier unterscheiden sich die Disney-Themenparks von allen anderen Parks und Storytelling steht immer im Mittelpunkt.

Deshalb setze ich auch bei meinen Vorträgen auf Storytelling mit einer Extraportion Feenstaub. Zahlen, Daten, Fakten sind langweilig. Erst durch die passenden Geschichten, Beispiele und Erlebnisse entsteht ein Gesamterlebnis, das für lange Zeit in guter Erinnerung bleibt.

Auf unterhaltsame und unvergessliche Weise entsteht so ein Vortrag, der die Teilnehmer begeistert, wertvolle Inhalte liefert und unzählige Ideen präsentiert.

Für Veranstalter, die ihren Gästen etwas Außergewöhnliches bieten wollen, ist der Vortrag „Werde zum Happy Place …“ ideal.



Ihr Event. Mein Vortrag.

Natürlich könnte ich an dieser Stelle noch einmal aufzählen, über welche Themen und Bereiche ich in meinem Vortrag *„Werde zum Happy Place …“* spreche. Doch viel spannender ist es, über die Wirkung der Inhalte aus meinem Vortrag zu schreiben. Typischerweise komme ich nach dem Vortrag immer mit Teilnehmern ins Gespräch. Dadurch erfahre ich hautnah, wie Teilnehmer über meinen Beitrag denken, worüber sie sprechen und was sie am Ende für sich mitnehmen. Diese Einblicke sind kostbare Rückmeldungen für mich und zeigen, wie wichtig 100 % KUNDISCH für eine Unternehmenskultur. Hier kommt all das zusammen, was ich über Jahre hinweg in den Disney Themenparks selbst erlebt habe.

Die vier magischen Schlüssel sind ein wichtiger Grundsatz von Disney, der zur Unternehmenskultur beiträgt und eng mit Service Excellence und der Begeisterung der Gäste verknüpft ist.

Die fünf magischen Schlüssel von Disney

Der erste magische Schlüssel ist Sicherheit. Die Sicherheit der Gäste und Mitarbeiter hat bei Disney höchste Priorität. Die Parks sind mit modernsten Sicherheitssystemen ausgestattet, um eine Umgebung für alle Gäste zu gewährleisten, in der sich alle sich gleichermaßen wohl und sicher fühlen. Mitarbeiter sind speziell geschult, um im Ernstfall schnell und professionell zu handeln. Deshalb steht bei Disney Sicherheit an erster Stelle, um den Gästen ein sorgenfreies und unvergessliches Gesamterlebnis zu geben.

Der zweite magische Schlüssel ist Höflichkeit. Höflichkeit und Freundlichkeit sind für die Mitarbeiter von Disney selbstverständlich. Sie sind angehalten, sich auf die Bedürfnisse der Gäste einzustellen und sie bestmöglich zu betreuen. Mitarbeiter werden speziell geschult, um höflich und respektvoll mit den Gästen umzugehen. Gäste sollen sich bei Disney wie Könige und Königinnen fühlen und eine unvergessliche Erfahrung machen – und sollen auch danach in ihrem Umfeld darüber berichten.

Der dritte magische Schlüssel ist Show. Bei Disney wird die Gästeerfahrung als Show betrachtet. Die Parks sind aufwendig gestaltet und thematisch passend dekoriert, um die Gäste in eine andere Welt eintauchen zu lassen. Mitarbeiter sind Teil der Show und tragen dazu bei, dass die Gäste in eine magische Welt abtauchen können. Es geht darum, den Gästen ein Erlebnis zu bieten, das sie nie vergessen werden.

Der vierte magische Schlüssel ist Effizienz. Effizienz ist bei Disney ein wichtiger Grundsatz, um den Gästen ein reibungsloses und angenehmes Erlebnis zu ermöglichen. Die Abläufe in den Parks sind optimiert, um Wartezeiten zu minimieren und den Gästen ein schnelles und effizientes Erlebnis zu bieten. Mitarbeiter werden hierzu speziell ausgebildet, um effizient und zielorientiert zu arbeiten und Gästen ein grandioses Gesamterlebnis zu bieten.

Der fünfte magische Schlüssel ist Inklusion. Er besagt, dass jeder bei Disney willkommen ist, um dort eine großartige Zeit zu erleben.

Zusammenfassend zeigt sich, dass die vier magischen Schlüssel ein wichtiger Grundsatz von Disney sind und zur Unternehmenskultur beitragen. Die Schlüssel sind eng mit Service Excellence und der Begeisterung der Gäste verknüpft. Mitarbeiter werden in der Disney Traditions Class speziell geschult, um die Schlüssel in ihrer täglichen Arbeit zu leben und den Gästen ein wahrlich unvergessliches Erlebnis zu bieten. Die Disney Traditions Class ist ein Einführungsprogramm für neue Mitarbeiter, egal auf welche Position sie starten. Das Programm vermittelt unter anderem die vier magischen Schlüssel von Disney und die Service-Excellence-Philosophie. Die Teilnehmer lernen auch die Disney-Charaktere und ihre Rolle bei der Erfüllung des „Disney-Zaubers“ kennen. Diese Grundausbildung ist ein wichtiger Teil der Disney-Kultur und hilft dabei, die Gäste glücklich zu machen.

Letztlich geht es immer darum, die Gäste in eine magische Welt zu entführen, in der sie sich wie Könige und Königinnen fühlen. Die vier magischen Schlüssel sind dabei ein wichtiger Grundstein für den nachhaltigen Erfolg der Walt Disney Themenparks und tragen maßgeblich dazu bei, dass die Parks zu den erfolgreichsten und beliebtesten Freizeitparks weltweit gehören.

Darüber sprechen Teilnehmer nach dem Vortrag

Diese fünf magischen Schlüssel als Teil einer Unternehmenskultur, die vielen Erlebnisse und Beispiele sowie das verbindende Element, das ich 100 % KUNDISCH nenne – all das ist nach dem Vortrag Gesprächsthema Nummer 1. Nicht nur direkt nach dem Vortrag, sondern oft auch Wochen und Monate nach dem Event.

Für Veranstalter ist das ideal. Der Vortrag *„Werde zum Happy Place …“* ist nicht nur unterhaltsam, sondern unvergesslich und lässt den Ausrichter des Meetings, einer Kundenveranstaltung, eines Kongresses oder einer Tagung besonders für lange Zeit gut dastehen.

So arbeiten wir zusammen

Bibbidi

Zuerst klären wir, ob ich an Ihrem Wunschtermin noch frei bin. Danach sprechen wir über Ihre Veranstaltung, die Zielsetzung, Ihre Gäste, den gewünschten Schwerpunkt sowie die Ausrichtung und die Dauer meines Beitrags.

Diese Informationen helfen mir, um Ihnen einen groben Themenrahmen zu präsentieren, der perfekt für Ihren Event, Ihre Zielsetzung und natürlich auch für Ihre Gäste ist.

Bobbidi

Wenn alles passt, dann stimmen wir alle weiteren Details rund um Ihre geplante Veranstaltung ab.

Danach erhalten Sie ein maßgeschneidertes Angebot, das alle Ihre Wünsche und Anforderungen abdeckt. Ziel ist es, einen maßgeschneiderten Beitrag zu liefern, sodass Ihre Gäste noch lange über Ihren Event sprechen.

Bo

Rund 14 Tage vor dem Event stimmen wir die letzten Details ab, klären Anreise, Zeiten und Übernachtungen und Sie erhalten, wenn notwendig, sämtliche Inhalte wie Präsentation, Einspieler und Musikwünsche.

Dadurch sind wir optimal auf den Event vorbereiten und ich kann einen Beitrag präsentieren, über den Ihre Gäste noch lange sprechen.

FAQs

Welche Themen tauchen im Vortrag auf?

Der Vortrag ist ein unterhaltsamer Mix aus Storytelling, Marketing, Leadership, Sales, Unternehmenskultur und Service Excellence.

Wie lange dauert der Vortrag?

Üblicherweise dauert ein Vortrag zwischen 45 und 90 Minuten. Dabei plane ich meinen Vortrag immer so, dass ich auf die Minute pünktlich bin, was Veranstaltern Planungssicherheit gibt.

Können Sie Beispiele für unser Unternehmen oder unsere Branche einarbeiten?

Selbstverständlich schlage ich in meinem Vortrag auch immer eine Brücke zum Unternehmen oder einer gewünschten Branche.

Ist das ein richtiger Business-Vortrag?

Aber sicher doch, es ist ein echter Business-Vortrag mit, Beispielen für die tägliche Praxis und inhaltlichen Anleihen, Prinzipien und Erlebnissen aus der Welt der Themenparks von Disney.

Wie lange halten Sie schon Vorträge?

Schon im Alter von 13 Jahren stand ich auf der Bühne und seit 2004 halte ich Vorträge auf Firmenevents, begleite Meetings und bereichere Tagungen und Kongresse.

Was macht Ihren Vortrag so einmalig?

Es ist die lockere Art und die einmalige Verbindung von Business, Disney und Magic, die meinen Vortrag unterhaltsam und unvergesslich macht. Noch nie haben Teilnehmer Business-Themen so erlebt.

Können Sie Ihren Vortrag auch in einem Line-up mit anderen Referenten präsentieren?

Aber sicher doch. Auch wenn mein Vortrag einzigartig ist, passt er sich einem bestehenden Line-up perfekt an und liefert wie gewünscht ab.

Zu mir und meine Mission

Anfang der 80er-Jahre habe ich im Rahmen einer kaufmännischen Ausbildung die ersten Schritte in die Welt der Werbung erlebt. Für meinen Ausbilder konzipierte ich Werbeaktionen und setzte diese erfolgreich um. Von da an kümmerte ich mich um die gesamte Werbung und lerne so schnell, was funktioniert und was nicht.

Nach Abschluss meiner Ausbildung startete ich in die Selbstständigkeit als freier Werbeberater und Werbetexter. In den 90er-Jahren baute ich in Berlin eine Full-Service-Agentur auf. Ab 2004 verlagerte sich mein Fokus und war nur noch als Marketingberater und Vortragsredner unterwegs.

In all dieser Zeit habe ich immer den Kunden in den Mittelpunkt gestellt und alles danach ausgerichtet. Eines Tages habe ich dem Ganzen eine passende Bezeichnung gegeben, nämlich 100 % KUNDISCH.

Heute bin ich Head Coach der N8 Media Group GmbH. In dieser Eigenschaft begleite ich B2B-Berater, Trainer, Coaches und Agentur-Dienstleister. Hier findet mein gedanklicher Ansatz von 100 % KUNDISCH täglich seinen Weg in die Praxis und es zeigt sich, wie tragfähig die Denkweise hinter 100 % KUNDISCH ist.

Dieser Ansatz hat so viel Kraft, dass ich darüber sprechen muss – ich kann hier nicht anderes. Das trifft sich gut, denn 100 % KUNDISCH kann ich auf ideale Weise mit meiner zweiten Leidenschaft, den Disney-Themenparks kombinieren. Das Ergebnis ist ein unterhaltsamer und unvergesslicher Vortrag mit packendem Inhalt und wertvollen Impulsen.

Für Veranstalter ist dieser Vortrag perfekt, um hier einen ganz besonderen Akzent zu setzen, über den die Teilnehmer noch lange sprechen.

Ich freue mich darauf, auch Ihren Event Vortrag unvergesslich zu gestalten. Zu einem Event, über den die Teilnehmer noch lange sprechen und jeder für sich etwas mitnehmen kann.

Meine Mission

Hinter 100 % KUNDISCH steht eine Mission und der Titel meines Vortrags *„Werde zum Happy Place …"* ist sehr viel mehr als nur eine Überschrift.

Meine Mission: Unternehmen sollen für Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen ein Happy Place sein. Also einem Ort, an dem sich Mitarbeiter wohlfühlen und das Beste für Kunden geben.

Das Ideale dabei ist, dass dieses Prinzip sowohl im Kleinen funktioniert und jeder einzelne im Unternehmen den Unterschied machen kann, als auch im Großen seine Kraft entfaltet, wie das Beispiel Disney in Perfektion zeigt.

Deshalb schlage ich in meinem Vortrag vor: *„Werde zum Happy Place für Kunden, Mitarbeiter und für Dich selbst – oder besser – sei der Happy Place!"*

Ihr *Marc Perl-Michel*

PS: Zum Schluss erwähne ich noch, dass es zwischen mir und der Walt Disney Company keine geschäftliche Verbindung besteht. Sämtliche Markenrechte gehören der Walt Disney Co. Die von mir verwendeten Fotos sind aus meinem privaten Archiv und sämtliche Informationen in meinen Vorträgen sind öffentlich zugänglich oder Erlebnisse, die ich als Fan der Disney-Themenparks mit Begeisterung weitergebe.

Marc Perl-Michel • Am Gehrlskamp 19a • DE-30419 Hannover
www.marcperlmichel.de • office@marcperlmichel.de

Business Disney Magic