

Von Kapitänen und Kuchen: Wie Sie Ihr Unternehmen erfolgreich machen.

Wie Sie Ihr Unternehmen durch stürmische Zeiten steuern. Von Steuerberater Klaus Kopp.



Als Unternehmer sind Sie Kapitän eines Schiffes in rauer See. Sie müssen mit Stürmen und Strömungen klar kommen. Sie müssen Untiefen und Klippen umschiffen und darauf achten, den eingeschlagenen Kurs zu halten.

Dabei spielt das Navigieren eine entscheidende Rolle. Den Umgang mit Kompass, Zirkel, Kurslineal und Seekarte müssen Sie in jeder Situation beherrschen.

Sie müssen sich als Kapitän 100% auf Ihre Seemannschaft verlassen können. Jedes Mannschaftsmitglied hat eine bestimmte Aufgabe und Funktion an Bord. Die Anweisungen müssen klar und eindeutig sein. Die Passagiere an Bord müssen sich wohlfühlen, Vertrauen in Sie, Ihre Mannschaft und in Ihr Schiff besitzen. Wenn Sie Ihren Passagieren, einzigartige Erlebnisse auf der Reise bieten, werden diese begeistert sein und Sie weiterempfehlen.

In Ihrem Unternehmen ist es nicht anders. Von Ihnen wird viel abverlangt. Ihre fachlichen Fähigkeiten und Ihr betriebswirtschaftliches Know-how sind die Basis für Ihren unternehmerischen Erfolg. Sie sollten idealerweise zugleich Produkt- und Dienstleistungsexperte, Verkäufer, Einkäufer, Verwalter, Planer, Motivator, Marketingfachmann, Personalchef, und und und sein.

Die Lage ändert sich jeden Tag. Sie müssen täglich Entscheidungen treffen, die immer ein Risiko bergen, aber auch große Chancen mit sich bringen.

Was können Sie tun? Nutzen Sie diese sechs Navigationsinstrumente, um Ihr Schiff erfolgreich durch die raue See zu manövrieren und ohne Mast- und Schottbruch Ihren Zielhafen zu erreichen.

1. Vision und Ziele

Ca. 99,9% aller Schiffe und Flugzeuge kommen an Ihrem Ziel an. Warum? Sie benützen ein Navigationssystem mit präzisen Zieleingaben. Haben Sie in Ihrem Unternehmen schriftlich Ziele formuliert und kontrollieren Sie diese regelmäßig?

2. Strategie

Be different or die! Das Ziel bei der Festlegung Ihrer Strategie muss sein, die Wettbewerbsvorteile von morgen zu entwickeln. Nicht nur besser sein, sondern anders. Was sind die Alleinstellungsmerkmale und Mehrwerte Ihres Unternehmens?

3. Ihr Kunde

Die zentrale Frage lautet: „Was hat mein Kunde davon, dass es mich gibt?“ Der erfolgreiche Unternehmer muss sich zum Kundenspezialisten entwickeln, der die individuellen Probleme seiner Zielgruppe besser löst als andere.

4. Ihre Finanzierung

Mehr denn je gilt der Grundsatz „Liquidität vor Rentabilität“. Fehlende Liquidität ist für viele Unternehmen das größte Problem und die Insolvenzsache Nr. 1. Bringen Sie deshalb die Bereiche in Ihrem Unternehmen in Ordnung, die hohe Liquidität binden.

5. Ihre Mitarbeiter

Ohne motivierte Mitarbeiter geht es nicht. Haben Sie sich die Frage gestellt wie attraktiv Ihr Unternehmen für die Mitarbeiter ist? Die Qualität der Beziehung zu Ihren Mitarbeitern ist für die Leistungsfähigkeit Ihres Unternehmens von entscheidender Bedeutung. Würden Sie in Ihrem eigenen Unternehmen gerne als Mitarbeiter beschäftigt sein?

6. Ihre Leistungsprozesse

Qualität, Zeit, Produktivität, Individualität – diese einzelnen Eckpunkte stehen sich in einem Unternehmen gegenüber. Ein ausgewogenes Verhältnis ist die Basis für wirtschaftlichen Erfolg. Wie haben Sie dieses Beziehungsgeflecht in Ihrem Unternehmen gelöst?

Und nicht zuletzt denken Sie bitte daran, dass auch bei der Navigation gilt: Nur Übung macht den Meister-Kapitän!

Wie Sie aus dem harten Wettbewerb aussteigen. Von Marketingberater Marcel Schreyer



Die wesentlichen Instrumente bei der Steuerung Ihres Unternehmens kennen Sie nun. Letztendlich werden jedoch die Marketing-Strategie und die Kundenorientierung darüber entscheiden, ob Sie auch langfristig Erfolg am Markt, also bei Ihren Kunden haben werden.

Ihr Unternehmen ist nun fit und Ihre Mitarbeiter sind motiviert. Aber wie wollen Sie das Erfolgsrezept „Be different or die!“ um-

setzen? Was, wenn in Ihrer nächsten Umgebung drei Wettbewerber exakt das Gleiche anbieten wie Sie und viel mehr Geld in Werbung stecken können? Wie wollen Sie sich von diesen abheben? Lassen Sie mich diese Frage auch mit einem Bild beantworten:

Wenn immer mehr Unternehmen immer größere Stücke von einem kleiner werdenden Kuchen abhaben wollen, dann backen Sie einfach einen neuen Kuchen!

Um dem harten Wettbewerb zu entkommen, müssen Sie Ihren Kunden etwas ganz Neues bieten. Schaffen Sie einen neuen Markt, auf dem Sie der Erste sind und allen anderen eine Nasenlänge voraus sind. ‚Der hat gut reden‘, sagen Sie jetzt. Ganz klar: Ein Metzger verkauft nun mal Wurst, ein Installateur repariert Heizungen und ein Friseur schneidet Haare. Daran ist nichts zu ändern. Doch Sie müssen nicht

gleich das Fach wechseln um den sprichwörtlichen ‚neuen Kuchen‘ zu backen. Fragen Sie sich einmal:

Welchen echten Mehrwert kann ich meinen Kunden bieten, den sie bei meinen Wettbewerbern nicht bekommen? Welches dringende Problem meiner Kunden kann ich mit meinem Angebot lösen?

Solche Mehrwerte und Problemlösungen können Sie in diesen Bereichen bieten:

- **Sortiment:** besondere Produkte, Produkt-Pakete, individuelle Kundenwünsche.
- **Kundenservice:** Pflege-/Wartungsangebote, Zusatzleistungen.
- **Preisstruktur:** Abonnements, Single- oder Familienpreise, Aktionen.
- **Verkauf:** Öffnungszeiten, Lieferservice, Online-Shopping.
- **Information:** Kaufberatung, Broschüren, Email-Newsletter, Veranstaltungen.

Dies sind nur einige Ideen aus der großen Bandbreite der Möglichkeiten. Sicherlich finden auch Sie in Ihrem Betrieb individuelle Potenziale, wie Sie Ihren Kunden etwas ganz Besonderes bieten können. Falls die Betriebsblindheit Sie schon fest im Griff haben sollte, fragen Sie doch einfach Ihre Kunden – die heutigen und die zukünftigen – selbst. Ganz wichtig dabei: Seien Sie unvoreingenommen und offen. Würgen Sie ungewöhnliche Gedanken nicht gleich mit Killerphrasen ab wie „Das geht bei uns nicht“ oder „Das machen wir schon seit 20 Jahren so“. Schließlich interessiert Ihre Kunden nicht, was vor 20 Jahren war. Sie wollen ihre heutigen Probleme lösen und Wünsche erfüllen!

Es wird anfangs sicher Hirnschmalz, harte Arbeit und auch Geld kosten, den ‚neuen Kuchen‘ vor- und zuzubereiten und zu verkaufen. Aber es lohnt sich! Sie werden ganze neue Kundengruppen ansprechen, die Sie bisher nicht erreicht haben und die vor allem von Ihren Wettbewerbern nicht erreicht werden. Außerdem werden sich Ihre neuen Angebote so schnell herumsprechen, dass Sie immer weniger Geld in klassische Werbung investieren müssen. Das ist sozusagen das Sahnehäubchen auf Ihrem ‚neuen Kuchen‘.

Also, wann entwickeln Sie für Ihre Kunden ganz neue Angebote, schaffen Ihren eigenen Markt und steigen aus dem harten Wettbewerb aus? Ich wünsche Ihnen tolle Ideen und viel Erfolg! ■

KOPP*
STEUERBERATUNG

Gehen Sie mit uns neue Wege in der Beratung!



- * Steuerberatung
- * Unternehmensberatung
- * Sanierung

Kopp Steuerberatung • Bahnhofstr. 21 • 71332 Waiblingen
Tel. 07151 / 981 47-0 • Fax. 07151 / 981 47-25
info@kopp-steuerberatung.de • www.kopp-steuerberatung.de

comma5
marketing
services

GUTSCHEIN*

2 STD. MARKETINGBERATUNG
NUR 1 STD. BEZAHLEN! ✂

*gilt einmalig pro Unternehmen

Marcel Schreyer • Karolingerstraße 5 • 71332 Waiblingen
Telefon 07151 / 9 44 00 64 • www.comma5.de