

Mehr Umsatz schreibt sich mit 3P – So werden Unternehmen erfolgreich

23.02.2021 | VON PHILIP SEMMELROTH | MARKETING



Mehr Profit mit weniger Stress – das ist machbar. Und bei vielen Unternehmen dringend notwendig: 90 Prozent der Firmen hierzulande kommen nie über eine Million Euro Umsatz hinaus, ackern also für eher überschaubare Gewinne.

Dabei geht das auch anders. Die Lösung liegt darin, sich auf die Massnahmen mit der grössten Wirkung zu fokussieren. Bei den wichtigsten Erfolgshebeln handelt es sich um Mitarbeiter, Prozesse und Sichtbarkeit: People, Process, Presentation. An diesen drei Stellschrauben sollten Unternehmer drehen, wenn sie mehr und besser verkaufen wollen.

„People“: Selbstbewusste Mitarbeiter sind leistungsfähiger

Umsatz und Gewinn lassen sich nur steigern, wenn alle im Unternehmen – vom Auszubildenden über die Buchhaltung bis zum Geschäftsführer – konsequent vertriebsorientiert denken und handeln. Denn den Auftrag bekommt immer derjenige, der besser verkauft und nicht etwa, wer mit dem besten Produkt unterwegs ist oder wer am meisten darüber weiss. Es sind nicht die Kompetenzen oder Abschlussnoten der Mitarbeiter, die zählen, sondern Selbstbewusstsein und Arbeitsergebnisse. Das Mindset entscheidet über den Output – so simpel das klingt, so einfach ist es wirklich.

Selbstbewusste Menschen sind überzeugender, begeistern Kunden schneller und tätigen mehr Abschlüsse ein. Selbstbewusstsein reduziert Unsicherheit – und das ist gerade im Verkauf von grosser Bedeutung. Der Schlüssel zur richtigen Einstellung ist der individuelle innere Dialog. Er kann die Mitarbeiter ins Handeln bringen – leider aber auch davon abhalten.

Job des Unternehmers oder der Führungskraft ist daher, das Mindset der Mannschaft zu steuern und entsprechende Fähigkeiten zu vermitteln. Etwa durch gezielte Herausforderungen im Unternehmensalltag: die Menschen dazu bringen, ihre Komfortzone zu verlassen, und ihnen dadurch Erfolgserlebnisse verschaffen. Nur indem wir Probleme bewältigen, können wir uns weiterentwickeln. Wer seine Mitarbeiter dabei unterstützt, zu einer besseren Version von sich selbst zu werden, und wer sie mit ihren Talenten und Fähigkeiten an den richtigen Positionen im Unternehmen einsetzt, der kann auf ein leistungsfähiges, loyales und eigenverantwortliches Team vertrauen.

„Process“: Mit Standards und Prozessen schneller und profitabler werden

Selbst die smartesten Mitarbeiter nützen nichts, wenn die Prozesse nicht stimmen. Gibt es kein einheitliches System, wie ein Kunde betreut oder ein Angebot geschrieben wird, überlegt jeder Einzelne immer wieder aufs Neue – eine Vergeudung von Zeit und Geld. In vielen Unternehmen gibt es zwar grundsätzliche Konzept, etwa wie die Crew auf Anfragen antwortet oder Angebote verfasst. Diese sind jedoch nicht so angelegt, dass sie individuelle Fehlentscheidungen ausschliessen. Im Gegenteil: Immer wieder kommt es zu peinlichen Patzern, Zeitpläne werden nicht eingehalten, Kunden beschwerten sich – und oft muss sich der Unternehmer selbst darum kümmern, den Schaden auszubügeln, statt sich seinen eigentlichen To-dos zu widmen.

Mein Tipp: Ablaufschemata, Checklisten und ähnliche Instrumente für wichtige, sich ständig wiederholende Aufgaben entwickeln. Das kostet erst mal Zeit, aber der Aufwand lohnt sich. Es kommt seltener zu Rückfragen oder gar Pannen – und noch wichtiger: Die Mitarbeiter können bei Problemen eigenverantwortlich handeln. Das gesamte Business wird flinker und wettbewerbsfähiger. Gleichzeitig können Menschen einen fester Ablaufplan besser überprüfen und nachjustieren. Im Kundengespräch signalisieren intelligente Prozesse zudem Struktur, Organisation und Zuverlässigkeit.

„Presentation“: Verkaufen Sie besser als alle anderen

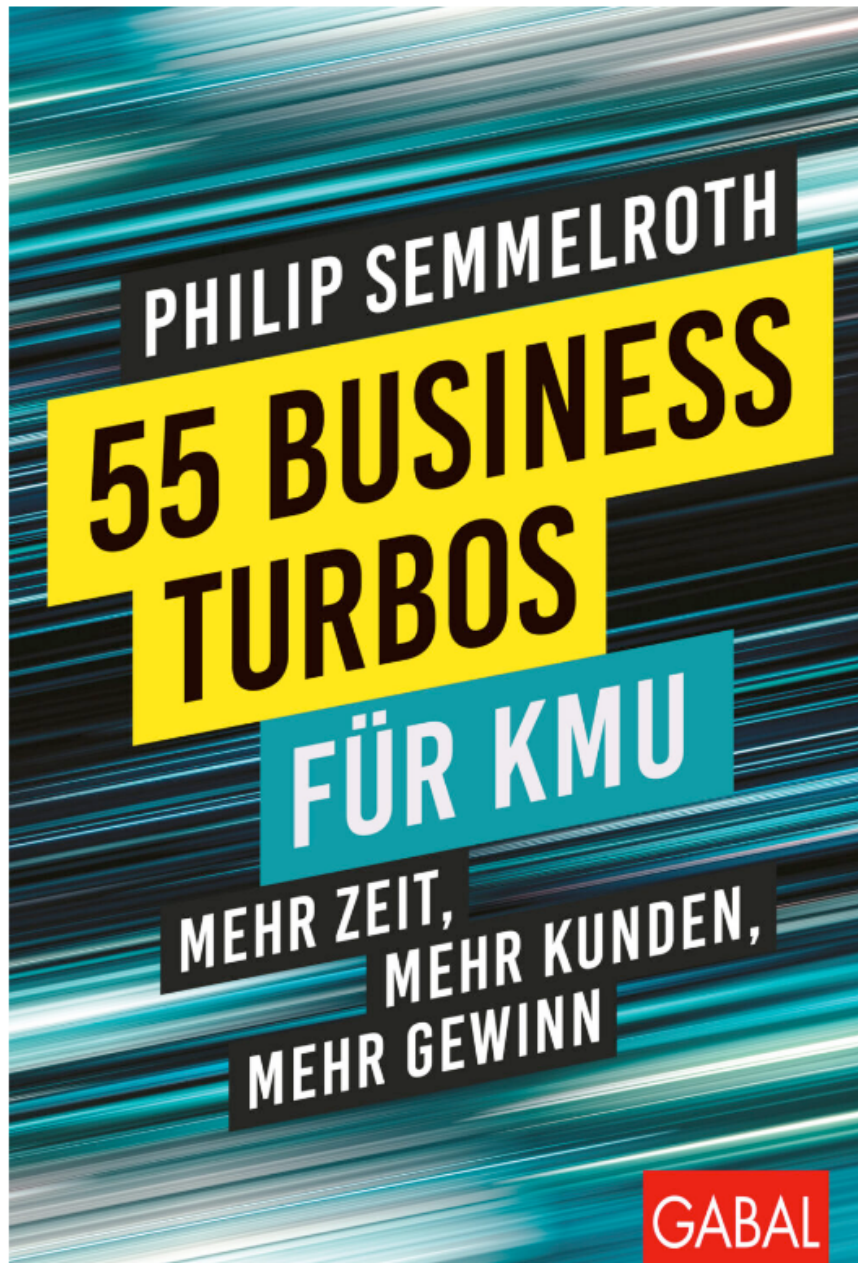
Vertrieb und Marketing werden oft in einem Atemzug genannt. Dabei sind die Bereiche grundverschieden: Beim Marketing dreht sich alles um Sichtbarkeit, Reichweite und Bekanntheit. Der Vertrieb fokussiert sich auf Abschlüsse, Verträge und Einzeldeals. Während Marketing eine fesselnde Show für möglichst viele ist, setzt der Verkauf auf die punktgenaue und zielführende Überzeugung Einzelner. Was beide vereint: komplexe, erklärungsbedürftige Sachverhalte verständlich zu präsentieren, Verbindlichkeit zu erzeugen und sich im Wettbewerb durchzusetzen.

Dabei zahlt das Marketing stark auf den Vertriebserfolg ein. Kunden vergeben ihre Aufträge nämlich nicht aufgrund objektiv-rationaler Überlegungen. Eine viel grössere Rolle spielen eine gute Reputation sowie die Überzeugungskunst des Verkäufers (siehe „People“). Wir alle wissen, dass Handelsmarken und No-Name-Produkte qualitativ oft ebenso gut oder sogar besser sind als teure Marken – und doch können sie meist nicht deren Umsätze erreichen. Wer Erfolg haben will, sollte also unbedingt in seine Bekanntheit und Sichtbarkeit investieren, sprich: in Pressearbeit, Social-Media-Marketing, Kooperationen mit Multiplikatoren und so weiter. Gerade PR-Massnahmen zahlen sich schnell aus, da sie unmittelbar Kunden und Weiterempfehlungen generieren.

Mehr Zeit, mehr Kunden, mehr Gewinne

Am Vertrieb zählt die Inszenierung: Menschen kaufen von Menschen, daran hat sich auch in Zeiten von Chatbots und Online-Shopping nichts geändert. Bei der Kunst der cleveren Darstellung geht es keineswegs ums Blenden, sondern darum, den Mehrwert der eigenen Produkte und Dienstleistungen sichtbar oder sogar erlebbar zu machen. Wer es schafft, die Kunden neugierig zu machen, den Nutzen des Produkts zu verdeutlichen und ein Gefühl der Nähe herzustellen, hat schon so gut wie gewonnen. All das setzt natürlich kommunikative Kompetenz voraus, die sich trainieren lässt.

Wer die drei Ps im Auge behält, macht Mitarbeiter leistungsfähiger, Prozesse effizienter und Vertriebsfolge planbar – und schafft damit die Voraussetzungen für mehr Umsatz und Erfolg.





Das Buch zum Thema:

Philip Semmelroth

55 Business-Turbos für KMU

Mehr Zeit, mehr Kunden, mehr Gewinn

272 Seiten (Gebunden)

GABAL Verlag

Vorwort von: Hermann Scherer

978-3-96739-034-6

€ 29,90 (D) | € 30,80 (A)

Erscheinungstermin: 28.01.2021

Website zum Buch: www.philip-semmelroth.com/businessturbos

Umsatz kommt von Umsetzen

Rund 90 Prozent der Unternehmen in Deutschland haben weniger als zehn Mitarbeiter. Kleinunternehmen bis hin zu kleinen Mittelständlern bilden damit das Rückgrat unserer Wirtschaft. Dennoch wird in Öffentlichkeit und Politik immer wieder bevorzugt auf die sogenannten Big Five – Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft – oder auch auf die grossen DAX-Konzerne geschaut. Von der Realität der KMU sind diese jedoch meilenweit entfernt. Deren Gründer, Eigentümer und Anpacker haben wenig Interesse an abgehobenem BWL-Fachwissen. Was sie brauchen, sind praxisnahe Strategien und Tipps, mit denen sie ihre Unternehmen auf Kurs halten und zukunftsfähig machen. Dieses Buch stellt Sie in den Fokus: Gründer, Soloselbstständige und vor allem Chefs einer Firma mit unter 100 Mitarbeitern. Es gibt hilfreiche und erprobte Tipps zu den drängendsten Fragen des Unternehmersdaseins wie Profitabilität und Prozesse, Kundengewinnung und Wachstum, aber auch zu Erfolgswillen und Persönlichkeit. Denn jedes Unternehmen ist letztlich auch ein Spiegel des Unternehmers.

Titelbild: Preechar Bowonkitwanchai – shutterstock.com



About the Author



Latest Posts



About **Philip Semmelroth**

Philip Semmelroth hilft Firmen, profitabler zu werden. Über viele Jahre entwickelte er in seinem IT-Unternehmen die 3P-Strategie; eine Methodik, die Mitarbeiter leistungsfähiger, Prozesse effizienter und Vertriebserfolge planbar macht. Nach 22 Jahren verkaufte er sein Unternehmen erfolgreich an einen Investor, hält heute Keynotes und führt Coachings durch, um andere bei der Transformation zu einem vertriebsfokussierten Business zu unterstützen. Zu seinen Kunden gehören Unternehmen aus verschiedensten Branchen, er arbeitet national und international.

