



FÜHRUNG & MANAGEMENT

Business-Turbos für beruflichen Erfolg: So starten Unternehmer in Rekordzeit durch

VERÖFFENTLICHT AM 22. FEBRUAR 2021 VON REDAKTION

Wer als Unternehmer Erfolg haben will, braucht praxisnahe Lösungen, um sein Geschäft täglich auf Kurs zu halten und gleichzeitig für die Zukunft gut aufzustellen. Philip Semmelroth hat 55 Business-Turbos für KMU entwickelt, die erfolgreiche Geschäfte in Rekordzeit garantieren. Sie basieren auf seinem Erfahrungsschatz als Unternehmer und Unternehmensentwickler. Fünf dieser praxiserprobten Turbos lesen Sie hier in aller Kürze – die vollständigen Tipps und noch 50 weitere finden Sie in seinem aktuellen Buch.

Turbo 5/55: Relevanz ist wichtiger als Erfahrung

Die Wertigkeit eines Angebots richtet sich nicht danach, wie lange Unternehmen etwas schon machen, sondern, wie nah sie an der Materie dran sind. Als die Coronapandemie startete, war es ein 17-jähriger Schüler, der weltweit die beste Info-Website bereitstellte. Die Zugriffe auf seiner Seite wuchsen schnell auf über 700 Millionen. Ein Teenie schafft, was große Apparate mit jahrzehntelanger Erfahrung nicht hinbekommen.

Nicht ohne Grund lassen sich Konzerne heute von Start-upern in Sneakers beraten. 30 Jahre Erfahrung im analogen Vertrieb bedeuten nichts mehr, wenn es Firmen nicht gelingt, passgenaue Onlineangeboten zu entwickeln.

Inhalte sind kein Wettbewerbsvorteil mehr. Alles ist im Internet verfügbar. Auch das führt dazu, dass nicht mehr langjährige Expertise die Poleposition sichert. Entscheidend ist vielmehr, auf Basis vorhandener Informationen durch Kombination und Interpretation Lösungen zu finden, für die es Nachfrage gibt. Das gilt nicht nur im Digitalbereich. Wer zum Beispiel heute eine leistungsfähigere Batterie für Elektroautos entwickelt, könnte sich vor Aufträgen kaum retten. Er hätte die Lösung für den größten Engpass in der E-Mobilität, die Reichweite – relevanter geht es kaum. Wer sich durch die perfekte Abstimmung auf die Bedürfnisse seiner Kunden zu einem Schlüsselanbieter entwickelt, ist gegen jeden Preisdruck immun.

Was dabei hilft, ist eine Labormentalität: Suchen Sie hartnäckig nach neuen Lösungen. Seien Sie mutig und antizipieren Sie Kundenbedürfnisse vorausschauend. Dabei werden Sie auch Dinge entwickeln, die im Markt wenig Akzeptanz finden. Das gehört dazu. Viele geben an diesem Punkt auf. Doch dächten alle so, gäbe es heute weder Leuchtmittel noch Impfstoffe.

Turbo 10/55: Jedes Unternehmen hat Kunden, die es sich nicht leisten kann

Wer ein Unternehmen startet, braucht Kunden. Am Ende entscheidet nicht deren Anzahl über den Erfolg, sondern deren Qualität. Jeder Kunde ist unterschiedlich lukrativ. Entscheidend ist neben dem Auftragsvolumen der individuelle Kommunikations- und Abstimmungsaufwand. Ein Kunde, der einmal im Jahr eine Druckerpatrone kauft, frisst unendliche Ressourcen, wenn er regelmäßig telefonisch kostenfrei Rat zu Computerproblemen einholt. Um sich im Alltag nicht mit unprofitablen Kontakten zu verschleißen, helfen folgende Maßnahmen:

Reißleine ziehen: Mit „schwierigen“ Kunden ist jede Abstimmung mühsam – weil wiederholt E-Mails verlorengehen, Termine vergessen oder Absprachen missverstanden werden. Verabschieden Sie sich von Kunden, die nicht wissen, was sie wollen, gleichzeitig aber beratungsresistent sind, die sich permanent in Ihre Arbeit einmischen oder Bekannte an Aufgaben setzen, die Sie dann wieder gerade biegen dürfen.

Zeitbomben meiden: Es gibt Kunden, die zahlen Rechnungen immer zu spät. Mal ist die Buchhalterin krank, mal die Rechnung „übersehen“ worden, mal gibt es Rückfragen zu einem kleinen Posten. Wenn Sie ein solches Verhaltensmuster erkennen, trennen Sie sich von dem Kunden.

Kostenpflichtig werden: Prüfen Sie, ob Sie kostenlosen Service kostenpflichtig machen können. Dabei geht es um Beratung, Service oder Garantien. Mit dem Preis steigt auch die Wertschätzung des Kunden für eine Dienstleistung.

Angebotsportfolio bereinigen: Identifizieren Sie Angebote, die Sie nicht mehr verkaufen sollten. Zum Beispiel wenn überdurchschnittlicher Erklärungsbedarf das Ganze zu einem Verlustgeschäft macht. Behalten Sie den Customer Lifetime Value im Auge, also den Ertrag, den Sie mit einem Kunden voraussichtlich über die gesamte Lebensdauer der Kundenbeziehung erzielen können.

Turbo 20/55: Wer den Kunden ausbildet, verliert den Auftrag

Viele Verkäufer machen den Fehler, Verkaufsgespräche in Seminare zu verwandeln. Oft soll der hohe Redeanteil Unsicherheit verschleiern. Manche Verkäufer überschütten Kunden mit Unterlagen, Broschüren und anderen Hilfsmitteln, um das Gespräch besser steuern zu können. All das basiert auf dem Irrglauben, Verkaufsgespräche würden auf der sachlichen Ebene gewonnen.

Gewonnen wird das Gespräch nicht über Detailkenntnis, sondern über eine souveräne Performance – die keinen Zweifel zulässt, dass der Verkäufer weiß, worauf es ankommt. Dabei reichen ein weißes Blatt Papier und ein Stift, um dem Kunden zu versichern, dass er in den richtigen Händen ist. Wenn es gelingt, das Ziel eindeutig zu klären und mittels einfacher Skizze abzugleichen, dass Kunde und Anbieter das gleiche Verständnis des Jobs haben, ist das Vertrauen gewonnen.

Je größer das Risiko des Interessenten im Hinblick auf sein Investitionsvolumen oder die langfristigen Konsequenzen seiner Entscheidung, desto wichtiger ist es, glaubwürdig zu vermitteln, dass der Kunde nicht jedes Detail der Umsetzung kennen muss. Das gelingt, indem Sie professionell auftreten und verdeutlichen, dass Sie das große Ganze verstehen und im Sinne des Kunden lösen werden. So kann man sich bereits im ersten Gespräch den Auftrag sichern.

Turbo 37/55: Nur schlechte Chefs bezahlen Überstunden

In Zeiten des Fachkräftemangels kämpfen viele Unternehmen mit Nachfrageüberhang: Mit ihrer kaum wachsenden Mannschaft kommen sie den Aufträgen nicht nach. Der einfachste Ausweg scheint, Überstunden zu vergüten. Doch das hat gravierende Nachteile. Zum einen kommt je nach Steuerklasse nur wenig auf dem Konto der Crew an. Die fragen sich irgendwann, ob sich die Schufferei wirklich lohnt. Zum anderen führt Mehrarbeit nicht automatisch zu Mehrleistung. Überstunden verlängern zwar die Arbeitszeit. Konzentration und Leistungsfähigkeit lassen aber nach einer bestimmten Zeit unweigerlich nach. Menschen brauchen länger für dieselben Aufgaben und machen mehr Fehler.

Auf Dauer rächt sich die Sache. Dann wird zwar mehr gearbeitet (und bezahlt), aber es kommt nicht mehr dabei raus. Nicht nur deswegen ist davon abzuraten, Menschen möglichst lange arbeiten zu lassen. Sie sollten vielmehr die Zeit maximieren, in der sie hochproduktiv sein können. Dazu müssen Unternehmer ihnen alle Störungen und nicht wertschaffenden Arbeiten vom Hals halten. Wer sich als Chef weigert, für Routineaufgaben eine 450-Euro-Kraft einzustellen, spart an der falschen Stelle. Ein wichtiger Faktor ist auch der Biorhythmus. Als Chef führt es, Hoch- und Tiefphasen bei der Vergabe von Aufgaben zu berücksichtigen oder Mitarbeitern Flexibilität einzuräumen.

Es bringt nichts, Nachteile zum Brainstorming um 8 Uhr zu verdonnern. Wer zu viel zu tun hat, sollte lieber Preise erhöhen – und nicht Mitarbeiter bis zum Limit belasten.

Turbo 50/55: Glück ist eine Überwindungsprämie

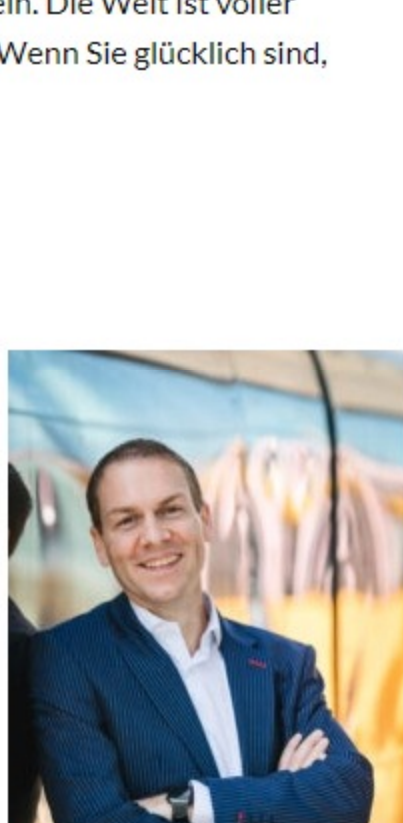
Die beste Erfolgsstrategie ist, Selbstvertrauen aufzubauen. Nichts ersetzt einen starken Glauben an uns selbst. Solange wir felsenfest davon überzeugt sind, dass wir etwas können, werden wir auch Ergebnisse liefern. Dabei bedeutet Können, dass wir uns zutrauen, eine an uns gestellte Aufgabe zu einem im Vorfeld definierten Termin in guter Qualität erfüllen zu können. Das Übernehmen dieser Aufgabe setzt nicht zwingend voraus, dass wir zum Zeitpunkt ihrer Übernahme vollständig in der Lage sind, alle Einzelheiten mit Bravour zu meistern. Voraussetzung ist vielmehr, zu wissen, dass wir bis Tag x liefern können.

Das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten stärken wir, indem wir Herausforderungen meistern. Manche Menschen haben Angst vor Schlangen, andere vor Höhe und ein dritter fürchtet sich vor öffentlichen Vorträgen. Hier gibt es nur eins: üben – und am Ende mit einem Fallschirm aus 4.000 Meter Höhe springen. Wer sich bewusst extreme Referenzerlebnisse verschafft, relativiert aktuelle Probleme. Wer eine als unlösbar eingestufte Aufgabe meistert, wächst extrem und schöpft sein Potenzial voll aus. Jeder Mensch hat mehr Potenzial, als er annimmt. Und kann somit mehr im Leben erreichen, als er aktuell erreicht hat. Glück ist eine Überwindungsprämie. Dabei sollten wir Glück nicht mit dem Erreichen des Ergebnisses verknüpfen, sondern mit dem Fortschritt auf dem Weg dahin. Es braucht keinen Erfolg, um glücklich zu sein. Die Welt ist voller unglücklicher Millionäre. Umgekehrt wird ein Schuh draus: Wenn Sie glücklich sind, haben Sie mehr Erfolg.

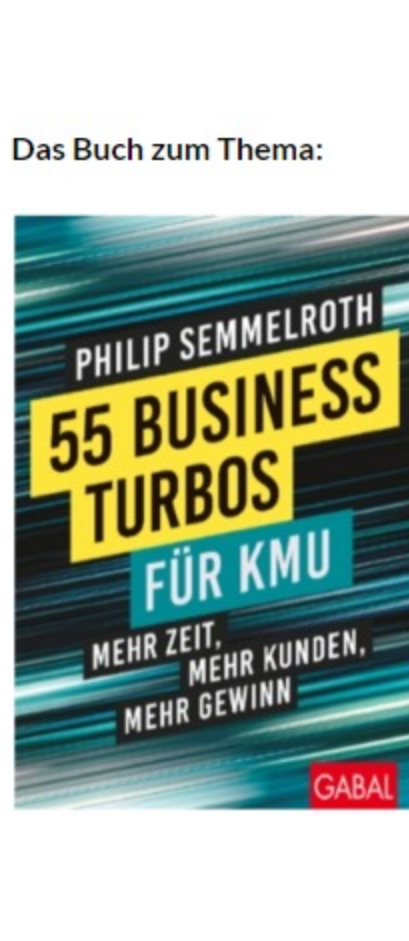
Über Philip Semmelroth

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 Vertriebsfolge 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 und ist auf Social Media sehr aktiv.



Das Buch zum Thema:



„55 Business-Turbos für KMU:
Mehr Zeit, mehr Kunden, mehr Gewinn“

von Philip Semmelroth

272 Seiten (gebunden)

GABAL Verlag

978-3-96739-034-6

€ 29,90 (D) | € 30,80 (A)

Erscheinung: 28.01.2021

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 Unternehmerdaseins wie Profitabilität und Prozesse, Kundengewinnung und Wachstum, aber auch zu Erfolgswillen und Persönlichkeit. Denn jedes Unternehmen ist letztlich auch ein Spiegel des Unternehmers.

Autor: Philip Semmelroth

Bild: Dominik Pfau | Pfaumedial

Cover: GABAL Verlag