

Krisen bereinigen die Wirtschaft

Meistertipp Teil 5 – jetzt Chancen nutzen!

Daniela Orlamünder*

John F. Kennedy stellte fest: „Das Wort Krise setzt sich im Chinesischen aus zwei Schriftzeichen zusammen – das eine bedeutet Gefahr und das andere Gelegenheit.“ Die Erfahrung gibt den Chinesen Recht, denn hinter jeder Krise stecken bekanntlich Chancen. Die Märkte werden in schlechten Zeiten neu verteilt. Und wenn hart verdientes Geld nicht mehr so locker sitzt, überlegen sich die Kunden genau, wo das Ersparte sinnvoll verwendet werden kann. Wer jetzt über Nutzen statt Gewinn nachdenkt, dem eröffnet die Krise neue Wachstumschancen.

Chance Nr. 1:

Die kleinen Sparkassen und Genossenschaftsbanken machen es vor: Wurden die regionalen Geldinstitute in den letzten Jahren noch als verstaubt angesehen, gehören sie jetzt zu den Gewinnern der Bankenkrise. Prompt starten vielerorts Werbekampagnen, die die aktuellen Ängste der Verbraucher gekonnt nutzen und ehemalige Wettbewerbsnachteile in einzigartige Kundenvorteile verwandeln. Die Verbraucher haben gelernt, dass jede Medaille eine Kehrseite besitzt und entdecken besonders in Krisenzeiten traditionelle Werte wieder neu. Geiz ist nicht mehr geil – Erfahrung, Bodenständigkeit, Ehrlichkeit der inhabergeführten Unternehmen rücken wieder in den Mittelpunkt des Kundeninteresses. „Gefragt sind unkomplizierte, transparente Leistungspakete mit einem klaren Preis.“ Bringt es Zukunftsforscher Matthias Horx auf den Punkt – eine Herausforderung, die es anzunehmen gilt! Gerade bei Bau- und Sanierungsvorhaben existieren auf der Käuferseite hohe Risiken. Überlegen Sie, wie Sie diese für Ihre Kunden minimieren können. Überlegen Sie auch,

wie Sie Ihren Auftraggeber in den Prozess integrieren können, um ihm entsprechende Offenheit zu vermitteln.

Chance Nr. 2:

Mit dem Ziel, das Marktpotenzial zu vergrößern, wird in schwierigen Zeiten oft versucht, durch Preissenkungen oder Angebots Erweiterungen, das Überleben zu sichern. Doch häufig tritt das Gegenteil ein. Die neue Angebotspalette

kostet Energie und die breite Zielgruppe erschwert das Erkennen wichtiger Kundenbedürfnisse – auch die deutsche Automobilindustrie kämpft derzeit mit diesen Problemen. Gerade jetzt sollte man sich um seine Stammkunden besonders kümmern. Versuchen Sie Ihre Kunden zu begeistern. Übertreffen Sie deren Erwartungen! Höflichkeit, Sauberkeit und Termintreue sind im Handwerk wichtige Grundvoraussetzungen. Damit machen

Vertrauen ist gut. Sparkasse ist besser.

Warum in die Ferne schweifen - die Sparkasse ist überall in Ihrer Nähe!

Unsere Kunden kennen uns und wir kennen sie. Vor Ort und persönlich. Wir sind da für ihre Wünsche und Anforderungen - seit über 185 Jahren und auch in Zukunft.

Wir helfen Vereinen, Schulen, sozialen Einrichtungen und anderen Institutionen mit vielen Spenden. Wir sind ein guter Steuerzahler, unterstützen die heimische Wirtschaft mit Krediten und fördern sie durch Aufträge. Über 900 Mitarbeiter sind auch Ihre Nachbarn, Kunden und Partner in vielerlei Hinsicht.

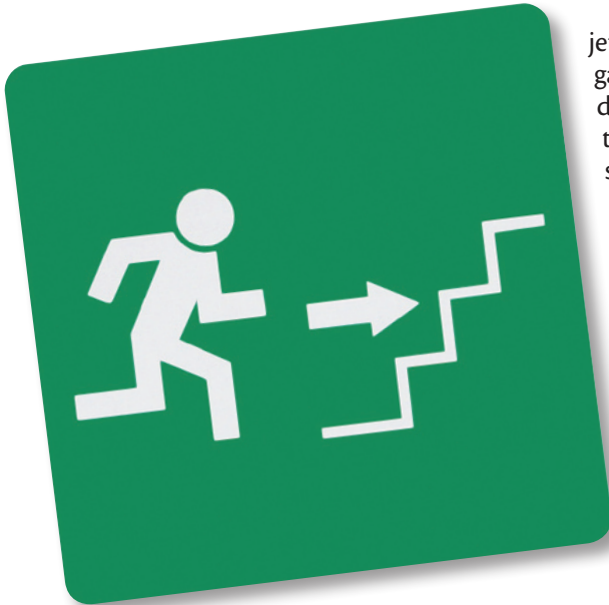
Sparkasse Landshut

Gemeinsam tun wir etwas für unsere Region. Wir freuen uns auf Sie!

Herrngiersdorf | Niederleierndorf

* Diplom-Betriebswirtin Daniela Orlamünder ist Mitglied im Netzwerk „Strategieforum“ und entwickelt bei Orlamünder Kommunikation speziell für kleine und mittelständische Unternehmen abgestimmte Werbekonzepte

Aus der Enttäuschung der Verbraucher entstehen neue Chancen für das Marketing 2009



jetzt, da die Erinnerung an kalte Tage ganz frisch ist, darauf hingewiesen werden, wie ein Dach den nächsten Winter gut überstehen wird. Stichworte sind hier Schneefang, Sturmsicherheit oder Wärmedämmung. Durch all diese Maßnahmen kurbeln Sie das Empfehlungsgeschäft an und sorgen aktiv für neue Aufträge.

Chance Nr. 3:

Aktivieren Sie Ihre Mitarbeiter anstatt, Personal zu entlassen! In vielen Unternehmen wird es als selbstverständlich angesehen, dass sich der Chef um die Kundenbetreuung kümmert. Dabei haben die Mitarbeiter auf der Baustelle oft mehr Kundenkontakt als der Unternehmer selbst. Welchen Eindruck hinterlassen dann Mitarbeiter, die gerade um ihren Job bangen müssen? Sorgen Sie dafür, dass Ihre Mitarbeiter den Kopf frei haben, um für Ihre Kunden das Beste zu geben. Weisen Sie Ihre Mitarbeiter an, dem Kunden genau zuzuhören und deren Wünsche zu dokumentieren. Treffen Sie sich einmal in der Woche mit Ihren Monteuren und sprechen Sie über aktuelle Aufträge. Wo sehen Ihre Mitarbeiter Probleme oder auch neue Auftragschancen? Übertragen Sie Ihren Mitarbeitern Kompetenzen, um Reklamationen unverzüglich zu lösen. Teilen Sie ein persönliches Weiterbildungsbudget zu und lassen Sie die Mitarbeiter selbst entscheiden, wel-

Sie Ihre Kunden zwar zufrieden, erzielen aber keinen Überraschungseffekt. Frische Brötchen, die Sie zu Ihren Sieben-Uhr-Aufträgen mitbringen, eignen sich wesentlich besser.

Denken Sie zudem für Ihre Kunden voraus. Versenden Sie zum Beispiel Checklisten, die zeigen, wie deren Haus für das Frühjahr fit gemacht wird. Sind die Dachentwässerungsanlagen noch funktionstüchtig? Ist der sommerliche Wärmeschutz ausreichend? Können Dachfenster beschattet werden oder besteht die Möglichkeit, Regenwasser zu nutzen. Neben solchen Beispielen kann schon

Die Quintessenz

„Wenn der Wind des Wandels weht, bauen die einen Schutzmauern – die anderen bauen Windmühlen.“ Lassen Sie sich also nicht von der allgemeinen Panik anstecken, denn Angst ist ein Kreativitätskiller. Ist eine Neuorientierung und Umstrukturierung wirklich so schrecklich? Der Blick in die Geschichte zeigt, dass am Ende jeder Wirtschaftskrise ein neues Wirtschaftswunder entsteht. Denken Sie positiv und hören Sie nicht auf, besser zu werden, denn die Grenzen des Wachstums werden immer im Kopf gemacht.

Marketing-Tipps gegen die Krise

Preise senken, mit Rabatten locken, Angebotsumfang erweitern? Das sind die bekannten Rezepte gegen Umsatzverlust. Klingt logisch, oder? Doch es kann auch ganz anders funktionieren! Wie, das zeigt wie immer das BAUMETALL-Extra auf:

www.baumetall.de

Mit freundlicher Unterstützung von



che Seminare besucht werden. So erzeugen Sie einen Ideenfluss, der Ihre Zukunft sichert. ■



LUST AUF WAS NEUES?

BEVENT

STEHFALZTECHNIK TOP ON ROOF

- Manuell abreißbar
- Typ SK: selbstklebende Überlappung
- Verlegetiefe 1,40 m
- Richtungsunabhängige Verlegung
- Einfache Ausführung von Durchdringungen

KONTAKT: 0911 / 64 200 31



Bermüller & Co. GmbH · 90451 Nürnberg · Rotterdamer Str. 7 · www.beco-bermueller.de