

GEWINNER-Tipps für LabUNTERNEHMER (12)

Von allem etwas, doch nichts richtig (konsequent)!

Oder: Spezialisierung auf weniger ist garantiert mehr.

Kennen Sie auch die Unternehmer, die ständig da noch ein Angebötchen und dort noch einen Service in Ihr Leistungs-Spektrum aufnehmen? Die auf Ihren Webseiten kundtun: „Wir sind superbreit aufgestellt, bieten unserer Kundschaft die ganze Palette an exotischster XY-Analytik und noch vieles mehr.“ Ist es die Freude an der Vielfalt? Ist es



Dr. Thomas Jebens berät LABO-Leser: mit Beratung GEWINNEN.

der Spaß an den apparativen und technischen Möglichkeiten? Egal ist leider auch, ob ein Kunde daran glaubt, dass der Anbieter auf allen Gebieten wirklich kompetent ist? Mal ganz abgesehen davon, dass er meist sowieso nicht begreift, welchen Nutzen er davon hat. Oder ist es schiere Verzweiflung? Nach dem Motto: „Klappt der Umsatz mit dieser Dienstleistung

nicht richtig, kommt mit dem nächsten Angebot sicherlich der große Markt-Durchbruch.“ Eines ist sicher! So entstehen Unternehmen mit den berühmt-berüchtigten Bauchladen-Angeboten. Sie stehen für alles und damit für NICHTS. NICHTS, das einen gewinnbringenden Wettbewerbs-Vorteil schafft.

Böse Zungen behaupten: „Viele Unternehmer machen von allem etwas, doch nichts wirklich richtig.“ Mea culpa. ☺ Sei es, wie es will. Wir sind dabei, ein Strategie-Konzept für mittelständische LabUnternehmer zu entwickeln, das gute Chancen bietet, sich erfolgreich gegen Konkurrenten zu behaupten. Das sich leicht erlernen lässt und das einfach im Tagesgeschäft umgesetzt werden kann. Und dessen Ziele lauten: „Umsätze und Gewinne erfolgreich steigern. Und damit (wieder) Unternehmens-Wachstum erzielen.“ Lassen Sie uns heute dazu ein paar Spielregeln vereinbaren.

Spielregel 1: Wir schaffen zukünftig Ihr Bauchladen-Angebot ab. Ab sofort ist Konzentration auf weniger und mehr Spezialisierung¹⁾ angesagt. Als Unternehmen mit 20 bis 30 Mitarbeitern (oder auch ein paar mehr) gilt für Sie diese schwäbische Volksweisheit: „Mer kah net nach alle Mucka batsche.“ Was eine „Muck“ ist? Ein Fliegen-Tier. Wer Bauchläden betreibt, bleibt durchschnittlich und meistens auch austauschbar. Wer sich „richtig“ spezialisiert, erschafft Spitzen-Leistungen, wird einzigartig und ein nachgefragter Anbieter. Spezialisierung auf was? Bitte noch etwas Geduld, das kriegen wir später. Wenn Sie schon mal am Nutzen einer Spezialisierung schnuppern

wollen, dann lesen Sie über diese Vorteile einer Spezialisierung:

- Volle Konzentration auf wenige Aufgaben.
- Schneller Anstieg von Wissen, Erfahrung und Know-how.
- Schneller Aufbau eines Experten-Status.
- Marktführerschaft (!) auf Ihrem Spezialgebiet.
- Bessere Kenntnisse über erfolgsrelevante Kunden-Bedürfnisse.
- Entwicklung unschlagbarer Problem-Lösungen.
- Steigerung der Anziehungskraft auf Kunden.
- Mehr und lukrativere Aufträge.
- Steigerung der Preise wird möglich.
- Mehr Arbeitsfreude durch größeren Erfolg.
- Gezielteres Marketing und schlagkräftigere Verkaufs-Argumentation.
- Schwer einholbarer Know-how-Vorsprung: „Immer einen Schritt voraus.“

Spielregel 2: Wir verinnerlichen hiermit: „Unternehmen stehen einzig und allein im Dienste Ihrer Kunden.“ Der umgekehrte Weg wird häufig probiert, ist aber zwischenzeitlich wenig erfolgreich und damit ein Auslauf-Modell. Ab sofort ist Ihr höchstes Ziel, Ihren Kunden einzigartigen Nutzen²⁾ bieten zu wollen. Nicht nur, weil ER die ganze Chose bezahlt. Sondern weil die einzigartige Nützlichkeit Ihrer Leistungen über seine Kaufwilligkeit und Bereitschaft „auch höhere Preise zu bezahlen“ entscheidet. Sie geloben hiermit also feierlich, zukünftig Ihre Tätigkeit mehr aus der Perspektive Ihrer Kunden zu beurteilen. Okay?! Und da Kunden freiwillig nicht nach dem Nutzen Ihrer Angebote suchen, versprechen Sie bitte gleich noch, zukünftig auch deutlich über deren Nutzen zu sprechen.

Spielregel 3: Wir denken zukünftig mehr in vernetzten

Systemen und Engpässen. Etwas gewöhnungsbedürftig, aber ausgesprochen nützlich. Merke zu „vernetzte Systeme“-Theorie: „Im vernetzten System wirkt sich die Veränderung eines System-Elements automatisch auf das ganze System aus.“ Merke weiter: „Lassen wir die einwirkenden Kräfte konstant, gibt es einen **wirkungsvollsten Punkt**. Dies ist ein **Engpass**, der am meisten positives System-Wachstum bringt, wenn Sie in der Lage sind, ihn aufzulösen.“ Wollen Sie also mit Ihren Mitarbeitern, Ihrem Equipment und ohne mehr „Cash aus der Täsch“ maximale Verkaufserfolge erzielen, tun Sie Folgendes. Bieten Sie Ihrem Kunden Leistungen an, die er super-sehr-gut gebrauchen kann (am Besten eben dringendst, Achtung Kunden-Engpass!), damit sein Laden, ups, seine Geschäfte wie geschmiert laufen. Ging Ihnen das alles zu schnell? Keine Panik! Wir kommen auf dieses Thema noch öfters zu sprechen.

¹⁾ Lesen Sie in: „Erfolgreich trotz Konkurrenz 2. Teil“ mehr zum Thema Spezialisierung. Den Beitrag finden Sie auf meiner Website: www.chemiemarketing.com. Gehen Sie dort auf den Button: **Know-how Downloads**.

²⁾ „einzigartiger Nutzen“ Hört sich etwas unerreichbar an. Aber geht schon! Etwas Beratungs-Geheimnis muss sein.

E-Mail-Hotline: info@dr-jebens-consult.de. Fragen? Wenn Sie mir Ihr Problem kurz und prägnant (ausnahmsweise auch etwas ausführlicher ☺) schildern, denke ich für Sie nach. In einer **ERFOLGS**-Kurz-Beratung diskutieren wir Lösungsansätze per E-Mail oder telefonisch. „Garantiert kostenlos“ und ohne weitere Verpflichtung. Keinen Bedarf nach **ERFOLG**? Schreiben Sie mir einfach Ihre persönliche Meinung zum Thema! 