

Chefbrief

von **HelfRecht**
Die Zukunft gestalten!

KNOW-HOW FÜR IHREN PERSÖNLICHEN ERFOLG

Erschließen Sie sich ungeahnte Erfolgschancen: Durch gezieltes **persönliches und unternehmerisches Nutzenbieten!**

Dr. Gustav Großmann, der „Urvater“ des HelfRecht-Planungssystem formulierte:

„Der Wunsch, Nutzen zu bieten, viel größeren Nutzen zu bieten als üblich, ist die Grundlage des Erfolges und des guten Einkommens.

Auf den Wunsch, hemmungslos Nutzen zu bieten, auf diesen Wunsch kommt es an!“

Mit dieser Kernaussage ist unmissverständlich gesagt, worauf es ankommt, um bei anderen „anzukommen“. Seien es nun Kunden oder andere Gruppierungen und Menschen, die uns wichtig sind.

Es gibt einige wesentliche Grundvoraussetzungen, die ein besonderes Nutzenbieten ermöglichen:

- ich kenne die Wünsche und Herausforderungen meines Umfeldes und meiner Kunden (schriftliche Kurzanalyse durchführen)
- ich/wir sind im Bereich unsererer Begabungen/Kernkompetenzen tätig (prüfen)
- ich/wir haben eigene persönliche und berufliche Ziele
- ich/wir kennen unsere Zielgruppen/Personen für unser Nutzenbieten (aufschreiben)
- ich bin selbst stabil und ausgeglichen.

Diese 5 Punkte sollten Sie schriftlich formulieren. Dadurch entsteht Klarheit und Kreativität.

Merke: Überkompensation ist erst durch besonderes Nutzenbieten möglich!

Hier einige Beispiele für persönliches Nutzenbieten:

Ihre Begabungsstärken können Sie sehr gut durch folgende Fragen erkennen:

Was mache ich gerne?
Was mache ich gut?

Die Negativprobe dazu:

Was gehe ich nicht gerne an, was lasse ich immer wieder liegen?

Denn nur dort, wo wir wirklich gut sind, können wir auch besonderen Nutzen stiften.

Bezogen auf die Kernkompetenzen des Unternehmens sind es eben die außergewöhnlichen Besonderheiten, das Können und Wissen, mit dem sich Ihr Unternehmen vom Wettbewerb abhebt.

Fragen Sie sich dazu auch einmal: Was würden Ihre Kunden vermissen, wenn es Ihr Unternehmen nicht mehr gäbe

Ihre Zielgruppen für das Nutzenbieten:

Gehen Sie Ihre Familie/ Verwandtschaft/Freunde usw. durch: Wer durchlebt gerade besondere Herausforderungen? Wie kann ich helfen?

z.B. Sohn oder Tochter bereiten sich aufs Abitur oder eine wichtige Prüfung vor: Wie kann ich zu Motivation, besseren Lernbedingungen usw. beitragen?

Ehepartner (-in): Besondere Herausforderungen z.B. im Beruf: Wie kann ich entlasten durch Gesten und Veränderung des täglichen „Trotts“? z.B. ein besonderes Abendessen, eine überraschende Städtereise, gute fördernde Gespräche, etc.

Wie formulierte Goethe schon: „Wer nichts für andere tut, der tut auch nichts für sich.“

Ein weiteres Beispiel: Motivation eigener Führungskräfte und Mitarbeiter. Hier ist es wichtig, ein Klima des Vertrauens und der Sicherheit aufzubauen:

Fragen Sie sich:

- Was sind ihre/seine besonderen Stärken?
- welche Wertvorstellungen liegen vor?
- wie können Sie ihr/ihm zu Erfolgserlebnissen verhelfen?
- welches sind ihre/seine Hobbies?
- welche Weiterbildungswünsche bestehen?

Am besten legen Sie sich dazu ein „Stammdatenblatt“ an, das Sie immer wieder ergänzen.

Über den HelfRecht-Zielplan für den Monat werden Sie regelmäßig daran erinnert.

Beispiele für unternehmerisches Nutzenbieten:

Nehmen wir uns dazu beispielhaft den Nutzen Ihrer Kunden vor. Schreiben Sie auf, was Nutzen für Ihre Kunden tatsächlich bedeutet. Und prüfen Sie, wo Sie Verbesserungsnotwendigkeiten sehen.

Wir empfehlen Ihnen dazu folgende Struktur:

Sind die Einsatzmöglichkeiten unserer Produkte/Dienstleistung unmissverständlich dargestellt?

Findet sich der Kunde in unserer Darstellung mit seiner Sprache wieder?

Ist Ihr einzigartiger Produktvorteil eindeutig und präzise dargestellt?

Wie sieht Ihre Anwendungsbegleitung/Ihr Service aus?

Wie schnell und zuverlässig wird Ihr Kunde bedient? Ist der Vertriebsweg eindeutig und klar?

Gibt es durchschaubare Preise, Konditionen und Modalitäten?

Ein Beispiel dazu: Welche Nutzenbeispiele fallen Ihnen ein, wenn Sie z.B. an Aldi denken?

z.B. günstige Preise, ein klares Warenangebot, zentrale Verkehrslage, das Prinzip der Einfachheit und Klarheit, ein großzügiges Reklamations- und Rückgabeverhalten, usw.

Unsere Empfehlung: Erarbeiten Sie Ihr eigenes Nutzenkonzept gemeinsam mit Ihren Führungskräften/Mitarbeitern. Und: Nutzen Sie diese Kernaussagen gezielt in Ihren Kundenansprachen, egal ob in Prospekten/Katalogen oder im Internet.

Die Wahrnehmung Ihres Unternehmens wird durch Eindeutigkeit zunehmen.

Eine weitere Empfehlung: Nehmen Sie die eigene Dienstleistung wie ein möglicher Kunde in Anspruch: Gehen Sie auf die eigene Internet-Seite und bestellen Ware, wie es ein Kunde tut.

Fahren Sie auf den eigenen Parkplatz. Betreten Sie wie ein Kunde oder Mandant Ihr Gebäude.

Wenn man das immer wieder selbst tut, stößt man auf wichtige Details, die auch Kundennutzen bedeuten.

Grundsätzlich gilt: Ohne motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist dauerhaftes Nutzenbieten nicht möglich.

Übrigens: Eine optimale Möglichkeit sich Ihr eigenes Nutzenbietenkonzept zu erarbeiten, haben Sie während der Planungstage Nutzenbieten.

Der nächste Termin der Planungstage Nutzenbieten läuft vom 2. bis 4. August 2010 in Bad Alexandersbad.

Informationen zu den Planungstagen Nutzenbieten

Zehn typische Zeitfallen: In welchen Punkten erkennen Sie sich wieder?

Für die meisten Menschen ist es eher die Regel als die Ausnahme: Die Fülle von Aufgaben ist größer als die Menge der zur Verfügung stehenden Zeit. Am Ende des (Arbeits-)Tages bleibt deshalb einiges unerledigt, was wir doch eigentlich unbedingt schaffen wollten.

Wer genauer hinschaut, wird aber merken, dass die persönliche Zeitknappheit häufig selbst gemacht ist. Es gibt eine Vielzahl unterschiedlicher Ursachen – zehn typische Zeitsünden hat das Magazin „Capital“ vor einiger Zeit in der folgenden Übersicht zusammengestellt. Prüfen Sie doch mal selbstkritisch, welche davon auch für Sie zutreffen:

1. **Alles auf einmal tun wollen:** Wer stets mehr erledigen will, als er tatsächlich schaffen kann, kommt zu nichts.
2. **Keine Ziele setzen:** Wer weder Tages- noch Wochenpläne macht, zerreibt sich in der Alltagshektik.
3. **Ablenkung zulassen:** Wer dankbar für jede Abwechslung ist, wird am Ende des Tages keine Ergebnisse haben.
4. **Langwierige Besprechungen:** Ausufernde Diskussionen sind der Tod der Effektivität. Sie lähmen und verhindern Motivation.

5. **Überall Papierkram:** Wenn jede Menge Lesestoff den Schreibtisch überschwemmt, ist die Selektion kaum noch möglich.
6. **Unangemeldete Besucher:** Schön und gut, aber nicht immer. Geschlossene Türen bringen Konzentration.
7. **Unangenehmes aufschieben:** Unangenehme Aufgaben erledigen sich nie von selbst. Je länger sie liegen bleiben, desto mehr Zeit kostet es, sie später zu bearbeiten.
8. **Nicht „nein“ sagen können:** Man kann nicht alle zufrieden stellen. Wer es versucht, bleibt auf der Strecke.
9. **Alles wissen wollen:** Gute Chefs haben Mut zur Lücke. Sie lassen ihren Mitarbeitern Freiraum und wissen nicht jedes Detail.
10. **Keine Selbstdisziplin:** Niemand arbeitet auf Dauer unter Druck besser. Wer sich organisiert, bringt bessere Ergebnisse.

In welchen Punkten erkennen Sie sich wieder? Was sind Ihre größten „Zeiträuber“? In welche Zeitfallen tappen Sie immer wieder hinein? Warum ist das so? Was werden Sie konkret tun beziehungsweise ändern, um diese Zeitfallen künftig weitgehend zu vermeiden?

(Quelle: Zeitschrift Capital)

KNOW-HOW FÜR IHREN UNTERNEHMERISCHEN ERFOLG

Schnell und nachhaltig zu mehr Neugeschäft

So funktioniert effektive Kaltakquise heute und macht Spaß - Ihnen *und* Ihren Kunden!

Bis vor kurzem konnten sich viele Unternehmer noch darauf verlassen, dass ihr Geschäft durch den Ausbau von Bestandskunden, eingehende Anfragen und Empfehlungen lief oder gar wuchs. Heute sieht das oft anders aus – die Anfragen der Bestandskunden gehen zurück, die Einkäufer drücken mit Hinweis auf die langjährige Treue den Preis.

Es gibt aber noch einen eigentlich sehr nahe liegenden Weg, wie Sie Ihren Umsatz durch höhere Auftragszahlen steigern können:

Akquirieren Sie neue Kunden aus eigener Kraft! Aktive Kaltakquisition ist im B2B *der* effektive Hebel zur qualifizierten Neukundengewinnung. Sie befreit Sie von der Abhängigkeit eingehender Anfragen.

Kaltakquise mit Spaß und Erfolg

An der Kaltakquise, also dem qualifizierten Erstkontakt per Telefon, scheitern allerdings die meisten Unternehmen – oder sie scheuen davor zurück. Das muss nicht sein!

Stellt sich die Frage: Wie können Sie der Kaltakquise ihren selbstverständlichen Platz im Rahmen Ihrer Vertriebsaktivitäten einräumen? Wie muss Kaltakquise aussehen, damit sie Erfolg bringt und zudem noch Spaß macht – Ihnen *und* Ihren Kunden?

Erfolgreiche Akquise durch Fragen – nicht Sagen

Oft wird Telefonakquise ungeschickt betrieben, ist daher nicht erfolgreich – und zu Unrecht deshalb unbeliebt bei Verkäufern. Dabei machen sie häufig nur einen entscheidenden Fehler: Sie erzählen „Heldensagen“ von ihrem Produkt, statt herauszufinden was der Kunde braucht und will.

Eine effektive und angenehme Kaltakquise erreichen Sie daher durch eine Änderung der Strategie:

Es geht nicht um Sie - es geht um den Kunden! Er muss bei der Akquise im Mittelpunkt stehen. Aus diesem Grund sind auch nicht Argumentations- und Abschlusstechniken gefragt, sondern vielmehr öffnende, professionelle Fragen in einer sehr frühen Gesprächsphase. Es gilt also, Sagetechniken durch Fragetechniken zu ersetzen.

Offenes Akquisegespräch im Beispiel

Am Beispiel eines IT Dienstleisters sehen Sie konkret, wie Akquise wirklich funktioniert und Spaß macht. Wenn Sie wie folgt vorgehen, entsteht ein natürlicher Dialog und die befürchtete Ablehnung wird durch Interesse ersetzt. Der IT-Unternehmer Müller möchte den Kunden Schmid für sich und sein Unternehmen gewinnen und zeigt Ihnen, wie gute Kaltakquise funktioniert:

Dialog	Erläuterung
Müller: „Guten Morgen Herr Schmid, hier ist Martin Müller von Müller & Partner.“	Begrüßung, dann bewusste Pause zur Grußerwiderung.

Dialog	Erläuterung
Schmid: „Grüß Gott.“	Grußerwiderung des Kunden.
Müller: „Herr Schmid, darf ich gleich zum Punkt kommen?“	Beispiel für eine Eröffnung, die dem Einwand 'Keine Zeit' effektiv vorbeugt.
Schmid: „Ja bitte.“	
Müller: „Im Zusammenhang mit der Performance Steigerung Ihrer IT möchte ich Sie in der nächsten Woche persönlich treffen – aber nur, wenn es für Sie auch wirklich Sinn macht. Dazu hab ich noch kurz zwei Fragen, ist das ok?“	Auf-den-Punkt-Aussage und Einbindung des Kunden ins Gespräch.
Schmid: „Ja.“	
Müller: „Wenn Sie an Ihre IT-Verfügbarkeit denken...und es eine Möglichkeit gäbe, Ihre IT-Performance zu steigern – was wäre Ihnen da wichtig? Worauf kommt es Ihnen dabei an?“	Offene Frage nach den Kriterien des Kunden, bewusst verdoppelt. So entfaltet sie eine starke Sog-Wirkung!

Den Kunden Argumente liefern lassen

Jetzt entwickelt sich ein ganz selbstverständliches Gespräch auf Augenhöhe. Dabei können Sie, wie Herr Müller in unserem Beispiel, alle Kriterien des Kunden sammeln. Sie werden dann feststellen, dass eine ausführliche Argumentation für Ihre Leistung meist gar nicht mehr nötig ist. Die vom Kunden genannten Aspekte nutzen Sie vielmehr, um charmant zu einer Terminabsprache für das persönliche Gespräch überzuleiten:

„Gut, Herr Schmid, Sie wissen genau, worauf's Ihnen ankommt. Damit Sie für sich prüfen können, wie die besprochene Umsetzung für Ihr Unternehmen konkret aussieht, wollen wir uns in der nächsten Woche zusammensetzen. Passt Ihnen z. B. am Donnerstag ab 14 Uhr?“

Kaltakquise mit Spaß statt Abwehr

Dadurch, dass Sie echtes Interesse am Kunden zeigen und ihn in den Mittelpunkt des Gesprächs stellen, werden Ihre Gespräche eine ganz neue Qualität bekommen. Den alten Abwehr-Reflex lösen Sie jetzt nicht mehr aus – denn Sie heben sich erfrischend ab. Schon nach wenigen Gesprächen werden Sie das gute, sichere Gefühl bekommen: Ich kann Kaltakquise - und es macht Spaß! So werden Sie sicher auch bald schon „heiß auf Kaltakquise!“

...

Tim Taxis ist der Experte für nachhaltige Geschäftskundenakquisition – von Kaltakquise über Preisverhandlung bis zum Auftrag. Mit seinen Praxis-Trainings macht er Unternehmen

fit für den Akquise-Prozess vom telefonischen Erstkontakt bis zum erfolgreichen Abschluss.

Kontakt: tim.taxis@return-on-training.de

Von Zielklarheit bis Identifikation: 10 Fragen zur **Mitarbeiter-Motivation**

Unverzichtbar für den Erfolg eines Unternehmens sind motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Als Führungsverantwortlicher müssen Sie hierfür die Voraussetzungen schaffen. Dazu gehört in erster Linie Klarheit – Klarheit über den Sinn der jeweiligen Aufgabe, über die Ziele und den Weg dorthin, über den eigenen Gestaltungsspielraum, über die persönlichen Mitwirkungsmöglichkeiten, ... Prüfen Sie doch mal anhand der folgenden zehn Fragen, ob diese Voraussetzungen bei Ihnen im Unternehmen beziehungsweise in Ihrem Verantwortungsbereich gegeben sind:

1. **Zielklarheit:** Kennen meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Jahresziele unseres Unternehmens für das Jahr 2010? (Im Folgenden verzichten wir für die bessere Lesbarkeit auf die doppelte Geschlechternennung, es sind stets Männer und Frauen gemeint.)
2. **Zielidentifikation:** Haben meine Mitarbeiter an der Erstellung der Jahresziele aktiv mitgewirkt?
3. **Gewichtung der Ziele (Prioritäten):** Wissen meine Mitarbeiter, welchen Zielen ich welchen Wert beimesse?
4. **Kompetenzen:** Kennen meine Mitarbeiter den Kompetenzrahmen, in dem sie Entscheidungen alleinverantwortlich treffen können?
5. **Aufgabenbereiche:** Wissen meine Mitarbeiter konkret, für welche Aufgaben sie verantwortlich sind?
6. **Begabungsstärken:** Sind alle Mitarbeiter entsprechend ihrer Stärken und Begabungen eingesetzt?
7. **Organigramm:** Gibt es als Orientierungshilfe ein Organigramm unseres Unternehmens, in dem dargestellt ist, wer wofür verantwortlich ist?
8. **Verbesserungsvorschläge:** Können die Mitarbeiter durch eigene Vorschläge an der Optimierung von Produkten,

Abläufen, Service und anderen für unseren Unternehmenserfolg entscheidenden Faktoren mitwirken?

9. **Leistungs-transparenz:** Können meine Mitarbeiter regelmäßig (ideal: einmal im Monat) an mich berichten, was sie in ihrem Bereich erreicht und erledigt haben, und damit aufzeigen, was in ihnen steckt?
10. **Identifikation:** Weiß ich, ob und wie sich jeder Mitarbeiter meines Teams mit unserem Unternehmen und mit seinen beruflichen Aufgaben identifiziert?

Haben Sie die meisten Fragen mit „ja“ beantwortet? Dann haben Sie offensichtlich beste Voraussetzungen für eine hohe Mitarbeiter-Motivation in Ihrem Unternehmen. Fragen, die Sie mit „nein“ beantwortet haben, sollten Sie sich einmal gezielt vornehmen: Woran liegt es? Wie können/wollen Sie die Situation verändern, so dass aus dem „nein“ in absehbarer Zeit ein „ja“ wird? Was werden Sie wann tun?

Nutzen Sie jede Möglichkeit, ein wirklich motivierender Chef zu werden. Beispielsweise die **Planungstage Mitarbeiterführung** im HelfRecht-Unternehmerzentrum: Unter methodischer Anleitung setzen Sie sich zwei Tage lang systematisch mit Ihrem Führungsstil auseinander, arbeiten intensiv und konkret an Ihrem Führungsverhalten und dem Thema Mitarbeiter-Motivation.

Übrigens: Der nächste Termin läuft am **18./19. Oktober 2010**. Gerne informieren wir Sie persönlich, wie Sie von diesen Planungstagen profitieren können. Rufen Sie uns doch einfach an: 00 49 (0) 92 32 / 60 10.

[Informationen zu den Planungstagen Mitarbeiterführung](#)

„Chefbrief“-SERVICE

Termine: Damit Sie sich frühzeitig orientieren können, finden Sie unter diesem Link die Termine für die HelfRecht-Planungstage der nächsten Monate: [HelfRecht-Termine 2010](#)

Feedback: Wir freuen uns, wenn Ihnen der „Chefbrief“ gefallen hat und Sie einigen Nutzen aus den Inhalten ziehen konnten. Sagen Sie uns doch einfach, was gut und was weniger gut war. [Feedback](#)

Abonnieren: Wenn Sie den „Chefbrief von HelfRecht“ künftig automatisch zugeschickt haben möchten, klicken Sie bitte hier: [Bestellen](#)

Weiterleiten: Wenn Sie diesen „Chefbrief“ an einen Bekannten weiterleiten wollen, klicken Sie bitte hier: [Weiterleiten](#)

Archiv: Interessieren Sie sich für die bisher erschienenen Ausgaben unseres HelfRecht-„Chefbriefes“? Der folgende Link bringt Sie direkt dorthin: [„Chefbrief“-Archiv](#)

Ändern/Abbestellen: Wenn Sie die @-Adresse für den Empfang des „Chefbriefs“ ändern möchten oder wenn Sie ihn künftig nicht mehr lesen wollen, schicken Sie uns bitte eine Mail oder klicken Sie auf den entsprechenden Link im E-Mail, mit dem Sie diesen Newsletter bekommen haben.

IMPRESSUM

HelfRecht Unternehmerische Planungsmethoden AG - Markgrafenstraße 32 - D-95680 Bad Alexandersbad
Telefon 00 49 (0) 92 32 / 60 10 - Telefax 00 49 (0) 92 32 / 60 12 80 - E-Mail chefbrief@helfrecht.de - Internet www.helfrecht.de