

newsletter 04/03

Kunden als Strategieberater:

Von den eigenen Kunden lernen

IHK Existenzgründungs Coaching:

Änderungen für 2005

Fruchtbare Kooperation:

Fördermittel als Akquiseinstrument

Tipps & Tricks:

Selbst Machen oder Outsourcen?

Kunden als Strategieberater

Eine gut etablierte Kanzlei in München nimmt den Beratungsaspekt ihrer Leistung sehr ernst. Zusammen mit set marks setzte diese Kanzlei eine Kundenbefragung auf, die zum einen die eigene Wahrnehmung im Auge des Kunden und zum anderen die künftige Ausrichtung der Kanzlei anregte. Im Ergebnis beurteilten die Kunden ihre Kanzlei fast durchweg so, wie sie wahrgenommen werden will. Dies spricht für eine bereits gute Markt- und Marketingarbeit. Über die Frage der Verbesserungspotenziale erhielt die Kanzlei wertvolle Aufschlüsse darüber, welche Leistungen – weiche, wie harte Faktoren – künftig in welcher Form angeboten werden sollen. •

IHK Existenzgründungs Coaching

Das Coaching Programm der IHK für Existenzgründer geht in veränderter Form 2005 in sein vorläufig vorletztes Jahr. Bislang förderte die IHK das Coaching für den Aufbau der ersten Vollexistenz mit maximal 613,55 EUR pro Tag ab dem nächsten Jahr beträgt diese Förderung maximal 460,16 EUR pro Tag. Damit konnte die IHK nach eigenen Angaben das Programm noch einmal planmäßig für das Jahr 2005 an den Start gehen lassen, bevor es spätestens mit Ablauf des Jahres 2006 endgültig ausläuft. •

Fruchtbare Kooperation

In Zusammenarbeit mit der Umweltkanzlei Dr. Hans-Bernhard Rhein (www.umweltkanzlei.de) hat set marks ein interessantes Verkaufsförderungsinstrument entwickelt. Die Umweltkanzlei, renommierter Gutachter und Berater für Umweltplanung sowie strategischen und operativen Umweltschutz, betreut u.a. einen Hersteller von Investitionsgütern im Druckmaschinenbereich.

Auch diese Branche leidet unter zunehmendem Preisdruck. Ein spürbarer Zusatznutzen musste definiert werden. Für zehn Zielmärkte in Westeuropa und in den neuen EU-Beitrittsstaaten hat set marks recherchiert, welche Fördermittel es unter welchen Auflagen wo gibt. Eine besondere Rolle spielte hierbei das Thema Ressourcenschonung und Umweltschutz. In für den Laien verständlichen

Worten haben wir dann die Inhalte der Förderprogramme in handliche Übersichten gepackt und als fertiges Paket den Vertriebsmitarbeitern an die Hand gegeben.

Der Vorteil für den Hersteller ist, dass er seinen Kunden die Angst vor der „großen Zahl“, der Investitionssumme, nehmen kann – mit aktiver Unterstützung: Die Umweltkanzlei kann alle umweltrechtlichen Angelegenheiten übernehmen, set marks kann den Kunden sicher durch den Banken- und Behörden-Dschungel führen. •

Tipps & Tricks

Unsere Märkte haben sich in fast allen Bereichen, von Ver-Käufer- in Ein-Käufer-Märkte gewandelt. Wir sind konfrontiert mit einem Überangebot an vergleichbaren Waren und Dienstleistungen. Hier ein kleiner Leitfaden, der Ihnen die Entscheidung für oder gegen das Outsourcing vereinfachen soll:

1. Haben Sie die notwendige Expertise im Haus? Nein? Dann sollten Sie extern Hilfe suchen.
2. Haben Sie auch die nötige Kapazität für Ihr Vorhaben? Rechnen Sie doch einfach einmal den notwendigen Brutto- und Netto-Zeitaufwand gegen den Preis Ihrer Anbieter. Was kommt ist für Sie unter dem Strich günstiger?
3. Haben Sie Übung in der angestrebten Thematik oder müssen Sie „das Rad neu erfinden“? Know-how und Kapazität stehen zur Verfügung, d.h. die Arbeit bleibt im Haus. Eines von beiden fehlt, externe Hilfe ist interessant.
4. Wissen Sie genau, was Sie von der Aktion erwarten? Die Beantwortung dieser Frage ist sowohl für die interne wie für die externe Vergabe wichtig.
5. Kann ein „Neutraler“ gegenüber „Internen“ einen Zusatznutzen bringen, z.B. neue Aspekte, die Ihr Geschäft voranbringen, Ausgleichen zwischen unterschiedlichen Interessen im Haus, etc.? Lässt sich dieser Vorteil beziffern und ist er relevant? Ja? Dann sollten Sie die Aufgabe extern vergeben.
6. Entscheiden Sie sich für die externe Vergabe, lassen Sie sich das Angebot genau auf Ihre Erwartungen hin definieren – zeitlich wie finanziell.
7. Wenn Sie zum ersten Mal mit dem Auftragnehmer zusammen arbeiten, definieren Sie ein zeitlich und finanziell begrenztes „Pilot-Projekt“. Das hält Ihr Risiko gering. •

Feedback

Feedback und Anregungen zum set marks newsletter nehmen wir gerne entgegen unter feedback@setmarks.de. •

newsletter abbestellen im Internet unter <http://www.setmarks.de/de/download.php> •