

Leseeinladung: Warum Sie dieses Buch lesen sollten

Reicht mein fachliches Wissen heute noch aus, um als Unternehmer erfolgreich zu sein? Klare Antwort: nein. Es hat auch früher nicht ausgereicht. Fachliches Wissen ist aber die Grundlage für unternehmerischen Erfolg. In Zeiten des ständigen Aufschwungs haben sich viele mit durchgeschummelt, obwohl sie keine Unternehmer im eigentlichen Sinne des Wortes waren.

In nahezu allen Wirtschaftsbereichen sprechen wir heute aber von gesättigten Märkten. Kunden, die nur zu Ihnen kommen und kaufen, weil es keinen anderen gibt, finden Sie immer weniger. Der Markt in seiner ganzen Vielfalt verzeichnet zwei klare Tendenzen: Zum einen wird der Billigsektor größer, zum anderen geben immer mehr Verbraucher zunehmend Geld im hochpreisigen Marktsegment aus. Der mittlere Bereich bekommt diesen Trend mehr und mehr zu spüren. Sie als Unternehmer oder Existenzgründer müssen wissen, wohin Sie wollen.

Beginnen Sie also von jetzt an, Ihr Unternehmen zu meistern. Anfängen müssen Sie dabei bei sich selbst. Erfolgreiche und glückliche Menschen führen tolle Unternehmen mit besten Mitarbeitern und begeisterten Kunden. Seien Sie angenehm anders als andere.

Wer sich wirklich etwas leisten will, muss vorher leisten, was er wirklich will. Dienstleistung ist das Zauberwort für unternehmerischen Erfolg. Sicherlich im übertragenen Sinne auch für den privaten Erfolg. Dienen Sie Ihren Kunden und bringen Sie Leistungen, die sie begeistern.

Den Weg dorthin können Sie mit mir und mit diesem Buch gehen. Der Zen-Buddhismus beschreibt den Weg als das Ziel. Daraus lässt sich ableiten, dass Erfolg ein Weg ist, kein Ziel. Leider ist Erfolg nicht dauerhaft. Heute Erfolg zu haben, heißt nicht automatisch immer erfolgreich zu sein. Heute Erfolg zu haben zeigt jedoch, dass Sie wissen, wie Erfolg produziert werden kann. Diese Erfolgsformel

möchte ich gemeinsam mit Ihnen weiterführen. Ich möchte Ihnen Denkanstöße geben, damit Sie nachdenken und vor allem vordenken. Der erste Teil des Buches beschäftigt sich deshalb mit Ihnen als Unternehmer. Was für Fähigkeiten braucht ein Unternehmer? Sind Sie ein Unternehmertyp? Kann man den Beruf Unternehmer überhaupt erlernen? Hier finden Sie Antworten auf diese Fragen und klare Handlungsanweisungen.

Sie erkennen aber auch, wie wichtig es ist, sich Ziele zu setzen. Was will ich persönlich erreichen? Wer sich diese Frage stellt, der macht schon den ersten Schritt Richtung Erfolg. Sie lesen in diesem Buch auch einiges über ein Leben in Balance. Ich werfe Ihnen Gedanken zum Nachdenken über die eigene Situation zu. Ist Arbeit wirklich alles? In diesem Zusammenhang wird auch das Thema Zeitplanung vorgestellt, damit Sie Ihre eigenen Ressourcen vernünftig nutzen können.

Wenn ich Ihnen schließlich das Thema Kommunikation näher bringen will, dann meine ich hier nicht nur die modernen Kommunikationsmittel wie E-Mail und Internet. Vielmehr geht es um so einfache Dinge wie das persönliche Gespräch mit Mitarbeitern oder eine Verkaufspräsentation vor Kunden. Aus meiner eigenen Erfahrung gebe ich Ihnen weiter, was hier zu beachten ist, und Sie bekommen ganz konkrete Tipps.

Erst im zweiten Teil dieses Buches geht es um das Unternehmen selber. Lassen Sie uns einige Unternehmen betrachten, die eine ganz einfache Erfolgsformel haben: Sie sind anders als alle anderen. Ein Businessplan fasst Ihre Ideen, gepaart mit klar strukturierten Plänen, konkreten Zahlen und Fakten zusammen. Diesen zu erstellen, ist eine Aufgabe. Viel wichtiger ist jedoch auch, ihn umzusetzen, sowie weiterzuentwickeln. Dieses Buch zeigt Ihnen, wie das geht.

Eine gute Idee, eine Marktlücke, ein neuer Markt – das alleine reicht noch nicht aus. Zwangsläufig stellt sich die Frage nach dem Geld. Also der Finanzierung. Neben harten Fakten gibt es hier eine Reihe von so genannten weichen Faktoren, die zu berücksichtigen sind. Welche? Auch das können Sie hier nachlesen.

Die oben genannten und im Buch erarbeiteten unternehmerischen Ziele haben nicht nur psychologische Bedeutung. Vielmehr fließen sie auch in das Thema Rating mit ein. Eng damit verbunden ist auch das Controlling. Dies war und ist in vielen Unternehmen noch zu sehr vergangenheitsbezogen. Wer würde schon die Windschutzscheibe seines Autos verhängen, in den Rückspiegel schauen und mit Vollgas vorwärts fahren? Die Kreditvergabe durch die Banken und auch das Controlling ist oft genau nach diesem Schema gelaufen. Um dies künftig besser machen zu können, bekommen Sie in diesem Buch entsprechende Praxistipps und Checklisten.

Ähnliche einleuchtende Beispiele finden Sie auch, wenn es um den Umgang mit den Mitarbeitern geht. Wer Erdnüsse füttert, der muss sich nicht wundern, wenn er von Schimpansen umgeben ist – so ein aussagekräftiges Zitat. Es muss aber auch gerade im Hinblick auf dieses Zitat gesagt werden, dass man Hände kaufen kann, Herzen nicht.

Was wir brauchen, sind aber gerade die Mitarbeiter, die mit Herz und Verstand im Unternehmen sind. Sie als Chef können nicht alles alleine machen. Aufgaben müssen delegiert werden. Eigenverantwortung der Mitarbeiter, Mitdenken und Eigeninitiative sind wesentliche Erfolgsgaranten. Mitarbeiter müssen zu Mitunternehmern werden. Dieses Buch zeigt Ihnen, wie das funktioniert und gibt Denkanstöße und Umsetzungshilfen.

Denn nur gute Mitarbeiter sind es, die verkaufen. Wer glaubt, dass ein Hochglanzprospekt oder eine tolle Homepage genügen, der irrt. Ich gebe Ihnen zwar auch zu diesen Themen Tipps und Hinweise, doch nur das umzusetzen, reicht nicht aus.

Wichtiger ist, dass Ihnen die Bedeutung der Kunden bewusst wird. Ein Unternehmen ist dann erfolgreich, wenn es dauerhaft die Bedürfnisse der Kunden befriedigt. Leistung wird erst dann zum Wert, wenn man sie verkauft. So wie für einen Chef die Mitarbeiter im Mittelpunkt stehen müssen, so muss für ein Unternehmen der Kunde als Partner im Mittelpunkt stehen.

Lesen Sie hier im Buch ganz praktische Hinweise zur Werbung als Teil des Marketings und zu weiteren Marketingmaßnahmen. Sind sie

durchdacht und pfiffig, dann sind sie auch finanziell machbar! Praktische Tipps regen Sie zu eigenen Initiativen an. Hierzu gehört es auch, Netzwerke mit Kunden und Partnern zu bilden. Anregungen hierfür finden Sie im letzten Abschnitt des Buches.



Im Buch werden Beispiele aufgezeigt. Wenn Sie diese nachmachen, dann können Sie nie der Erste sein. Die Beispiele sollen vielmehr zum Nachdenken und vor allem zum Überdenken und Vordenken anregen.

Also lassen Sie uns das Unternehmen meistern. Sie haben das Potenzial dazu. Vor mir bekommen Sie Beispiele, Fragen, Hinweise und Tipps, die Sie zum Nach- aber vor allem zum Vordenken anregen. Mit Checklisten und klaren Handlungsempfehlungen bin ich Ihnen behilflich. So meistern Sie dann Ihr Unternehmen.