



Infos zur Autorin



**Claudia Huhn –
Beratung Coaching
Training**
Tel.: +49 2739 891080
ch@claudiahuhn.de
www.claudiahuhn.de

WARUM IST KLARHEIT SO WICHTIG FÜR EFFEKTIVE VERTRIEBSMASSNAHMEN?

Klarheit ist nicht nur im Hinblick auf die Vertriebsstruktur im eigenen Unternehmen essenziell (also wer macht was, bis wann, wozu etc.), sondern hat noch eine weitere Dimension, die wir für die Betrachtung effektiver Maßnahmen nicht vernachlässigen dürfen: die Klarheit nach außen.

Ein Teil der Klarheit nach außen ist identisch mit der inneren Klarheit, d. h. egal wie, ohne Ziele machen Vertriebsmaßnahmen wenig Sinn. Wer nicht weiß, wohin er will, kommt sicherlich irgendwohin – fraglich nur, ob man dort sein möchte. Und um nicht irgendwohin zu kommen, braucht Klarheit im Außen ein Gegenstück, die Antwort auf die Frage: Wie sieht für mich die optimale Zusammenarbeit aus? Wie sieht für mich der optimale Kunde aus? Aus dieser Frage lassen sich ganz viele weitere Fragen ableiten, deren Antworten gleichsam wichtig sind:

- Welche Aspekte in der Zusammenarbeit sind verhandelbar, welche sind es nicht?
- Warum definieren wir die nicht verhandelbaren Aspekte der Zusammenarbeit wie wir sie definieren?
- Was hat der potenzielle Kunde davon, sich auf unsere Vorstellung einer optimalen Zusammenarbeit einzulassen?
- Was ist die Konsequenz, sollte ein potenzieller Kunde andere Vorstellungen von einer Zusammenarbeit haben?

Die Liste der Fragen könnte sicherlich noch fortgeführt, also verfeinert werden. Sie macht klar, wie wichtig Klarheit und daraus resultierende Entschiedenheit ist. Klarheit ist insbesondere deshalb wichtig, weil kommunikative Souveränität nur dort stattfinden kann, wo man auf ungewünschte bzw. unbequeme Fragen vorab schon Antworten gefunden hat. Ein souveränes Nein klingt jederzeit

sehr viel professioneller als ein gewundenes, herausgepresstes.

Stellen Sie sich vor, Sie sitzen einem potenziellen Neukunden gegenüber, der mit einem großen Umsatzvolumen winkt. Allerdings äußert er, dass Sie doch sicherlich nichts dagegen hätten, wenn er seine Rechnungen erst nach 90 Tagen zahlen würde, schließlich bekommt er sein Geld von der KZV ja auch nur alle drei Monate ausgezahlt. An dieser Stelle sind Sie der deutlich professionellere Gesprächspartner, wenn Sie vorab grundsätzliche Entscheidungen hinsichtlich Ihrer Zahlungsmodalitäten getroffen haben. Nehmen wir an dieser Stelle einmal an, es wäre Ihnen wichtig, ausschließlich die legalen Zahlungsmöglichkeiten anzubieten, dann wiederum wäre es wichtig, eine Antwort parat zu haben, die Ihren Standpunkt unverhandelbar klar macht und bei Ihrem Gegenüber das Gesicht wahrht. Im besten Fall haben Sie sogar einen Vorteil für Ihr Gegenüber, der ihn überzeugt, in der Zusammenarbeit mit Ihnen im legalen Bereich zu bleiben.

Gleiches gilt für alle anderen Vorstellungen zu einer Zusammenarbeit. Entscheiden Sie, wie es für Sie sein soll, legen Sie sich eine Argumentationskette parat, der Ihr Gegenüber folgen kann und genießen Sie den Erfolg, den zielorientierte Kommunikation hat.

Fazit

Klarheit schafft gewünschte Ergebnisse. Wenn auch Sie bei Bestands- und Neukunden Ihre Vorstellung einer optimalen Zusammenarbeit kommunikativ professionell umsetzen möchten, dann schreiben Sie mir – ich freue mich auf Ihre E-Mail an ch@claudiahuhn.de.



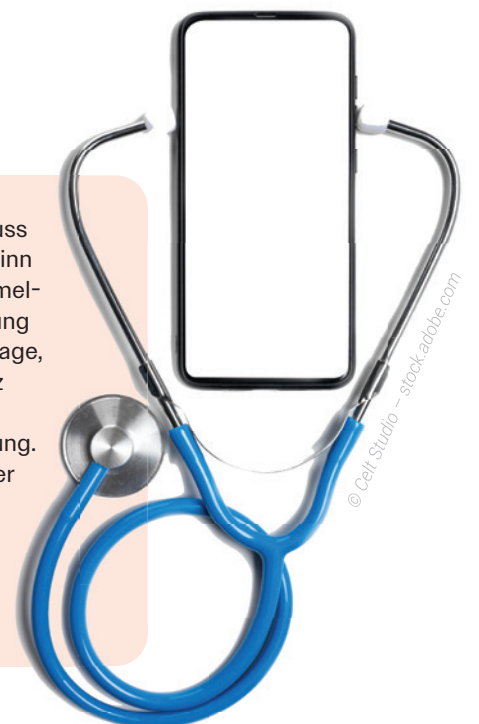
© ImageFlow – stock.adobe.com

Was gilt bei Krankschreibung per Telefon oder Video?

Derzeit erkranken wieder mehr Menschen an Atemwegsinfekten, vor allem Rhinoviren und Corona bestimmen dabei aktuell das Infektionsgeschehen. Alternativ zur Krankschreibung in einer Hausarztpraxis können sich Betroffene auch telefonisch oder per Videosprechstunde von ihrem Arzt krankschreiben lassen. Voraussetzung dafür ist, dass sich die Krankheit ohne körperliche Untersuchung feststellen lässt. Per Videosprechstunde darf der Arzt, wenn er den Patienten kennt, eine Krankschreibung für höchstens sieben Tage aufsetzen. Neupatienten können auf diesem Wege nur für höchstens drei Tage krankgeschrieben werden. Eine telefonische Krankschreibung darf nur für Patienten, die der Praxis bereits bekannt sind, ausgestellt werden. Sie gilt dann für maximal fünf Tage.

Quellen: www.stiftung-gesundheitswissen.de,
Robert Koch-Institut (RKI)

Fühlt man sich krank, muss man sich vor Arbeitsbeginn beim Arbeitgeber krankmelden. Dauert die Erkrankung länger als drei Kalendertage, braucht man laut Gesetz eine ärztliche Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung. Achtung: Der Arbeitgeber darf auch vor Ablauf der drei Kalendertage eine solche Bescheinigung einfordern.



© Zeit Studio – stock.adobe.com

Vereinbarkeit von Familie und Beruf



Unter dem Titel „Vereinbarkeit verbessern – Fachkräfte sichern“ kamen am 20. September 2024 Unternehmen und Politik beim Unternehmenstag „Erfolgsfaktor Familie“ zusammen. Im Mittelpunkt der Veranstaltung mit Bundesfamilienministerin Lisa Paus und DIHK-Präsident Peter Adrian standen die Ergebnisse der Studie „Familienfreundliche Arbeitgeber: Die Attraktivitätsstudie“ der Prognos AG. Die repräsentative Beschäftigtenbefragung von mehr als 2.500 Personen zeigt erstmals differenziert auf, was erwerbstätige Mütter, Väter und pflegende Angehörige für eine gelungene Vereinbarkeit brauchen und von ihren Arbeitgebern erwarten. Dabei geht es um eine sehr relevante Gruppe auf dem Arbeitsmarkt, denn mit rund 14 Millionen Menschen sind etwa ein Viertel der Erwerbstätigen in Deutschland Eltern mit Kindern unter 18 Jahren oder pflegende Angehörige.

Bundesfamilienministerin Lisa Paus: „In Zeiten des Fachkräftemangels können wir es uns nicht leisten, dass 42 Prozent der Beschäftigten sich vorstellen können, den Arbeitgeber zu wechseln, weil familiäre Belange zu wenig berücksichtigt werden. Das macht deutlich, wie wichtig die Arbeitskultur in den Unternehmen ist.“ DIHK-Präsident Peter Adrian ergänzte: „Neben dem Engagement der Betriebe ist aber eine verlässliche, gut ausgebaute und flexible Kinderbetreuung unerlässlich, um nicht zuletzt die Potenziale für eine höhere Arbeitszeit insbesondere bei Frauen und Müttern zu heben.“

Weitere Ergebnisse der Studie:

- Mütter orientieren sich mit ihrer Arbeitszeit oft an externen Taktgebern. 60 Prozent halten daher eine arbeitgeberseitige Rücksichtnahme auf Öffnungszeiten von Betreuungseinrichtungen für sehr wichtig. Zeitliche Flexibilität soll nicht zu Nachteilen bei ihrer beruflichen Entwicklung führen. Daher sind Möglichkeiten, ihre Arbeitszeit bei Bedarf reduzieren oder aufstocken zu können, und Führung in Teilzeit attraktiv.
- 45 Prozent der Väter würden gerne von ihrem Arbeitgeber aktiv zur Elternzeitnutzung ermutigt werden. Väter wünschen sich Freiräume für Arbeitszeit-Anpassungen an familiäre Aufgaben – dazu gehören insbesondere flexible Gestaltungsmöglichkeiten der wöchentlichen Arbeitszeit und des Arbeitsortes.
- Pflegende wünschen sich die gleiche Anerkennung für ihre Betreuungssituation wie Eltern. Sie benötigen einerseits Rücksicht auf spontane Betreuungsbedarfe, zugleich sind zuverlässige Arbeitszeiten ohne Überstunden wichtig.

Die Beschäftigtenbefragung wurde durch eine Unternehmensbefragung ergänzt. Gut drei Viertel (77 Prozent) setzen zur Bewältigung des Fachkräftemangels auf eine gute Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Damit rangiert eine Vereinbarkeitsstrategie vor anderen Strategien zur Begegnung des Fachkräftemangels. Die unterschiedlichen Bedürfnisse der Beschäftigten können für die Unternehmen noch weitere Potenziale bergen, gerade was die Aufstockung der Arbeitszeiten von Müttern angeht.

Download der Studie



Mehr unter
erfolgsfaktor-unternehmenstag.de

Quelle: Bundesministerium für Familie,
Senioren, Frauen und Jugend

Mehr als die Hälfte der Unternehmen werden Opfer von Ransomware-Attacken

Ransomware hat sich in Deutschland zu einem lukrativen Geschäftszweig für Cyberkriminelle entwickelt. In den vergangenen zwölf Monaten wurden sechs von zehn Unternehmen (60 Prozent) auf diese Weise angegriffen, 29 Prozent hatten dadurch keinen Schaden, bei 31 Prozent ist ein Schaden entstanden – etwa durch Produktionsausfall, Kosten für IT-Dienstleister oder auch durch Zahlungen an die Täter. Etwa jedes achte betroffene Unternehmen (12 Prozent) ist auf die finanziellen Forderungen eingegangen. Drei Viertel (76 Prozent) geben an, an die Kriminellen nichts bezahlt zu haben, 12 Prozent wollen oder können dazu keine Angabe machen. Das sind Ergebnisse einer Studie im Auftrag des Digitalverbands Bitkom, für die mehr als 1.000 Unternehmen repräsentativ befragt wurden.*

Bei Ransomware handelt es sich um Schadsoftware, die in Netzwerke und auf Computer eingeschleust wird, Daten verschlüsselt und teilweise auch an die Angreifer sendet. Um wieder Zugriff zu erhalten und eine Veröffentlichung zu verhindern, werden die betroffenen Unternehmen von den Tätern zu Zahlungen aufgefordert. „Wer Opfer von Ransomware wird, sollte auf keinen Fall Lösegeld bezahlen“, sagt Felix Kuhlenkamp, Referent Sicherheitspolitik bei Bitkom. „Zum einen finanziert er damit die nächsten Angriffe der Täter, hinter denen in der Regel die organisierte Kriminalität steht. Zum anderen ist die Schadsoftware häufig so schlecht programmiert, dass die Täter die Verschlüsselung gar nicht vollständig rückgängig machen können.“ Vier von zehn (40 Prozent) der betroffenen Unternehmen konnten ihre Daten selbst wiederherstellen, 10 Prozent haben sie ohne Lösegeldzahlung

von den Tätern zurückbekommen. Nur 1 Prozent gibt an, dass gestohlene Daten veröffentlicht wurden. Zugleich berichten 17 Prozent von massiven Einschränkungen des Geschäftsbetriebes durch den Angriff. 42 Prozent räumen ein, dass sie nicht damit gerechnet hätten, Opfer eines Ransomware-Angriffs zu werden. Und 54 Prozent haben in der Folge ihre Sicherheitsvorkehrungen verschärft. Kuhlenkamp: „Eine Ransomware-Attacke kann jeden treffen. Alle Unternehmen sollten deshalb ihre technische IT-Sicherheit hochfahren, Mitarbeiter schulen, um Angriffe frühzeitig zu erkennen und vor allem auch regelmäßig Back-ups machen. So lassen sich im Fall der Fälle Datenbestände schnell und vollständig in die Systeme zurückspielen.“

Nach dem Angriff hat knapp jedes fünfte betroffene Unternehmen (18 Prozent) einen Dienstleister eingeschaltet, um Unterstützung gegen den Angriff zu erhalten. Etwa jedes achte betroffene Unternehmen (12 Prozent) hätte das gerne getan – hat aber keinen entsprechenden Dienstleister gefunden. Insgesamt haben nur 21 Prozent in der Folge des Angriffs eine Strafverfolgungsbehörde eingeschaltet.

Quelle: Bitkom e.V.

* Umfrageergebnisse von Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. Dabei wurden 1.003 Unternehmen ab zehn Beschäftigten und einem Jahresumsatz von mindestens 1 Mio. Euro in Deutschland telefonisch befragt. Die Befragung fand im Zeitraum von KW 16 bis KW 24 2024 statt.



ANZEIGE

Info's unter:
04454 - 97 888-0

**Warum sich Sorgen machen,
wenn man auch mit m&m Dental-Factoring
zusammenarbeiten kann?**

---- info@dentalfactoring.de ---- www.dentalfactoring.de ----