

Strategisch wachsen

| Christian Kalkbrenner

Noch verschenken zu viele Dentallabore enormes Wachstumspotenzial, weil sie keine entsprechende Strategie für ihr Wachstum haben. Gerade in den schwierigen Zeiten, die wir derzeit erleben, zeigt sich jedoch, wie wichtig es ist, das Wachstum aus eigener Kraft steuern zu können.

Nur wer dauerhaft effizienter wächst als die Konkurrenz, hat die Nase vorn. Diese Aussage gilt in sich zuspitzenden Krisenzeiten genauso wie in Schönwetterperioden. Schließlich geht es darum, neue Märkte zu erobern, neue Kunden zu gewinnen und sich dauerhaft als führendes Unternehmen innerhalb einer bestimmten Nische zu etablieren. Jeder Unternehmer weiß, dass das nicht von alleine gelingt, sondern dass er dafür aktiv etwas tun muss. Aber nur die wenigsten haben wirklich eine Nischenstrategie, nach der sie wachsen. Dabei geht es weniger um Wachstum durch das Aufkaufen von Mitbewerbern, sondern vielmehr um Wachstum aus eigener Kraft, mit wenig eigenen finanziellen Mitteln, dafür mit mehr Mut zu Profil und viel Tatkraft bei der Umsetzung. Was den Unternehmen dabei am meisten fehlt, ist Klarheit in der Vorgehensweise und die Zeit, sich ausführlich damit zu beschäftigen. Mit dem Bambus-Code, einem Sieben-Schritte-Ansatz, können Laborinhaber dieses Manko ausgleichen.

Der Bambus-Code

Der Bambus-Code ist ein neues Verfahren, das systematisch Wege aufzeigt, um schneller zu wachsen. Er besteht aus sieben einzelnen Codes, von denen jeder das Labor aus einem anderen Blickwinkel betrachtet. Dabei werden erstmals die besten Modelle aus strategischer Unternehmensführung, Verhaltensfor-

schung und Werbekommunikation kombiniert. Er lässt sich innerhalb weniger Wochen umsetzen.

Code 1: Typologisierung des Unternehmens

Was ist das Unternehmen für ein Typ? Wie agieren die Mitbewerber und was schätzen wiederum die Kunden am meisten? Ist es das Innovative oder das Beständige, das absolut Perfekte oder die Geschwindigkeit, mit der Neues umgesetzt wird? Wer jetzt sagt, von allem ein bisschen, sitzt zwischen allen Stühlen und sollte sich schnellstens auf ein bis zwei Stärken konzentrieren und diese ganzheitlich ausbauen.

Code 2: Ausbau der Marktführerschaft

Welche Zahnärzte schätzen nun ihre Stärken besonders? Wo wirken diese Eigenschaften ergänzend und können Schwächen ausgleichen, wo wirken sie verstärkend? Kann Ihr Zahnarzt beispielsweise mit Ihrer Unterstützung perfekter oder innovativer werden? Und falls ja, wie genau und wem nützt das? Mit einer quantitativen und qualitativen Segmentierung werden auf diese Weise neue Wachstumsnischen für das Unternehmen formuliert.

Code 3: Erweiterung des Aktionsradiuses

Wird der Markt zu eng? Droht ein Preiskampf? Dann hilft es, das Unternehmen aus der Vogelperspektive zu betrachten.

Den neuen Zielmarkt so zu definieren, dass er um Faktor fünf oder zehn größer wird. Dabei geht es weniger um die regionale Ausdehnung, sondern vielmehr um die Übernahme von zusätzlichen Leistungen. Gepaart mit den beiden vorherigen Erkenntnissen ergibt sich daraus eine sehr griffige Beschreibung des neuen Marktes.

Und gerade Dentallabore sitzen an einem mächtigen Hebel: Bei vielen ihrer Kunden rentiert sich das Vorhalten bestimmter zusätzlicher, wertschöpfender Leistungen nicht, sei es nun beispielsweise die Zahnkosmetikerin oder das Anfertigen eines Informationstrailers für den Flachbildschirm im Wartezimmer. Wer hier erkennt, dass er Leistungen seiner Kunden übernehmen, bündeln und anbieten kann, kann sich eine neue Wertschöpfungssäule aufbauen.

Code 4: Wachstums-Turbos

Wachstums-Turbos werden immer häufiger eingesetzt, um die Kaufentscheidung des Kunden für das Produkt zu beeinflussen. Sie eignen sich auch, um Dentallabore wirkungsvoll in Szene zu setzen. Sie klingen ähnlich wie ein Slogan, doch ihre ganze Kraft entfalten sie erst, wenn sie als verbindliche Richtschnur für das innerbetriebliche Handeln verwendet werden. Das ganze Labor kann in seinen Leistungen und in seinem Auftritt gemessen werden. Insgesamt stehen 25 Wachstums-Turbos



Der Bambus-Code – Schneller wachsen als die Konkurrenz

So machen Sie Ihre eigene
Konjunktur

buchtipp.

Mehr über Wachstumskonzepte erfahren Sie im neuen Buch von Christian Kalkbrenner „Der Bambus-Code – Schneller wachsen als die Konkurrenz“, BusinessVillage (ISBN 3-938-35875-0).

zur Auswahl und erleichtern das Auffinden des richtigen.

Code 5: Guerillawachstumswege

Ergänzend zu den vorherigen, strategischen Überlegungen werden hier acht weitere, intelligente Wachstumswege entwickelt, die bereits kurzfristig umsetzbar sind. Kurzfristig heißt innerhalb von 14 Tagen.

Code 6: Balance zwischen Vertrieb und Technik

So elegant und raffiniert auch die bisher beschriebenen Wege sind: Kunden und neue Aufträge fallen nicht vom Himmel, sie erfordern Geschick und hohe Leistungen vom Vertrieb. Mit gezielten Maßnahmen gilt es nun, den Vertrieb in seinem Tun zu fördern.

Code 7: Ressourcen identifizieren

„Das klappt bei uns nie!“, „Was sagen denn da die Zahnärzte dazu!“, „Wie soll ich das denn noch bewerkstelligen?“ Viele Hasen sind bekanntlich des Jägers Tod. Und aus diesem Grund ist es ratsam, alle Bedenken und Hürden frühzeitig zu erkennen. Der Vorteil? Sie nehmen dem Unbekannten damit den

Schrecken und finden frühzeitig Lösungen, wie Sie die Hürden vermeiden oder überspringen können. Somit werden anfängliche Probleme zum Teil der Lösung und stellen kostbare Ressourcen für die Umsetzung dar.

Der Bambus-Code wird in vier bis sieben Manntagen binnen drei Wochen erstellt. Er beinhaltet detaillierte Aktivitätenpläne, die aufzeigen, worauf zu achten und was zu tun ist, um die einzelnen Codes mit Leben zu füllen. Das Unternehmen erhält eine ausführliche Dokumentation der Codes und der gemeinsam entwickelten Wege. Mit der Übergabe des „Bambus-Codes“ als Strategie-Zertifikat wird die Codierung abgeschlossen. Am Tag danach kann das Unternehmen bereits mit der Umsetzung beginnen.

Das Besondere: Da der Code die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit so genau ermittelt und auch mit Maßnahmenplänen hinterlegt wird, erfüllt er die europäischen und staatlichen Zuschuss-Voraussetzungen und kann mit 1.500 Euro gefördert werden.



autor.

Christian Kalkbrenner ist Inhaber der Kalkbrenner-Unternehmensberatung. Er hat sich auf Wachstumsfragen spezialisiert. Mit seinem interdisziplinären Ansatz „Bambus-Code“ entwickelt er systematisch Wachstumskonzepte für Unternehmen und begleitet auch deren operative Umsetzung. Zu seinen Kunden zählen Unternehmen, die ihre Stellung am Markt weiter ausbauen wollen. Unabhängig davon, ob sie sich in wachsenden oder schrumpfenden Märkten bewegen.

kontakt.

Christian Kalkbrenner
Kalkbrenner-Unternehmensberatung
Gstäudweg 72
88131 Lindau
Tel.: 0 83 82/40 93 01
E-Mail: info@bambus-code.de
www.bambus-code.de

