

Hans J. Schmid

Kundenakquise ist wie Fliegen

LABORALLTAG Ungefähr zehn Jahre nach Gründung seines Dentallabors setzte Hans J. Schmid sich mit einem Unternehmensberater zusammen, um das Geschäft genauestens zu analysieren und eine Prognose für den zukünftigen Erfolg anzustellen. Das Ergebnis und die entsprechenden Tipps stellt der Zahntechnikermeister und Erfolgstrainer im folgenden Artikel zur Verfügung.

Bei der Analyse meines Unternehmens bekam ich die Aufgabe, den Jahresumsatz jeder einzelnen Zahnarztpraxis aufzuschreiben, mit der ich zusammenarbeite, um so den derzeitigen Gesamtjahresumsatz aufzuschlüsseln. Danach durfte ich in dieser Liste all jene Kunden streichen, die 55 Jahre und älter sind. Ab 58 Jahren beginnen Zahnärzte ihre Praxen zu verkaufen, und wenn sie länger arbeiten, dann häufig nicht mehr so ZE-lastig. Mit dieser einfachen Methode konnte sich eine Prognose anstellen lassen, wie mein Umsatz in fünf Jahren aussehen würde. Der Unternehmensberater stellte mir die Frage, ob diese Summe ausreichend wäre und wie viele Mitarbeiter ich unter Umständen entlassen müsste.

Im Gespräch hieß es, im Durchschnitt verliere ein Labor alle drei Jahre einen Kunden. Zur Veranschaulichung sollte ich mit einem Lineal wahlweise den einen oder anderen Kunden verdecken und die verdeckte Summe von dem Gesamtumsatz abziehen. – Reicht jetzt der Umsatz noch aus oder ist schon der gesamte Gewinn aufgebraucht? Was ist, wenn ich einen von den „guten" Kunden zudecke? Und das alle drei Jahre? Zum Glück habe ich aus diesen Überlegungen meine Schlüsse gezogen und von da an gegen den schleichenden Unternehmenstod Vorkehrungen getroffen. Meine Bestrebung war, im Vorfeld neue Kunden zu gewinnen, damit ich mich nicht ins „Tal der Tränen" verirre.

ANZEIGE



Der passende Flug

Neue Kunden zu gewinnen ist wie Fliegen: Der Start ist meist ruppig, die Piste uneben, doch sobald der „Vogel" in der Luft ist, wird es ruhig und das Genießen beginnt. Sie wollen schnell von A nach B und das sicher und ohne Stau? Dann ist die Möglichkeit zu fliegen sehr interessant.



Fotos: © 06photo, Luis Louro

Es gibt die Option, Standardstrecken zu nutzen – doch wer arbeitet schon direkt am Frankfurter Flughafen und will direkt zum Flughafen Helmut Schmidt (Hamburg). Die Standardunterlagen sind ein leichter Einstieg, doch merkt der Neukunde schnell den Unterschied zwischen Standard und persönlich/individuell. Viel besser ist es, einen Flugschein zu machen. So kann man, wann immer man will, zum individuellen Ziel. In kurzer Zeit ohne Stau erreicht man das gewünschte Ergebnis. Noch sicherer ist es, sich ein Flugzeug zu kaufen. Doch welcher Flieger passt zu Ihnen, ein viersitziger Hochdecker oder ein schneller zweisitziger Tiefdecker? Ein Fluggerät mit Einziehfahrwerk oder ein offener Doppeldecker zum Luftwandern? Haben Sie das Passende gefunden, steht Ihnen nichts mehr im Wege, alle Faktoren sind geklärt. Dann sind Sie nicht mehr von jemand anderem abhängig – die sicherste Art, jederzeit in die Luft zu kommen.

Was aber ist, wenn man nur ab und zu fliegen will? Ist es sinnvoll, so eine große Investition zu tätigen? Haben Sie so viele Termine, dass der Zeitgewinn größer ist als die Investition? Wie gut ist Ihre Performance? Ist es nicht sinnvoller, sich ein Flugzeug zu chartern? Und macht es Sinn, für diese wenigen Male das Risiko einzugehen, nicht mit der Materie vertraut zu sein? Wenn Sie nur alle paar Monate oder auch Jahre mal ein Auto bewegen, ist es auch schwierig, sich an alles zu erinnern. Wie gibt man Orte ins Navi ein? Wo ist der Schalter für Nebelleuchten usw.? Beim Auto können Sie mal rechts ran fahren und alles in Ruhe einrichten. Beim Fliegen und beim neuen Kunden geht das nicht. Sind Sie hier nicht vorbereitet, haben Sie nicht für jede Eventualität einen Plan B, ist das Ergebnis mit großer Wahrscheinlichkeit Null. Ist es da vielleicht besser, sich einen Piloten zu chartern, der mich fliegt, damit ich mich zurücklehnen und entspannen kann? Jemanden, der diese Tätigkeit Tag ein Tag aus vollzieht? Henry Ford sagte einmal: „Ich bin nicht so erfolgreich, weil ich alles kann, sondern weil ich mir für jeden Auftrag einen Spezialisten besorgt habe!“



Der beste Pilot

Können Sie sich noch an Ihre Ausbildung erinnern? An das sichere Gefühl, einen Ausbildungsplatz zu haben und wie Sie von den Technikern gelernt haben, wie das Handwerk funktioniert. Ihre erste Kaufläche, die sie noch selbst aufgewachsen haben? Auch wenn Sie diese Fähigkeit heute nicht mehr benötigen, hat sich Ihr Wissen und Können von damals bis heute gewaltig verändert. So wie eine Kaufläche oder eine Verblendung im ersten Lehrlingsjahr den meisten Kunden nicht gefällt, ist es ein sehr großes Risiko, ungeübt an die Akquise zu gehen. Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck. Ist Ihr Auftreten und die Kommunikation in der Ausbildung zum Kundengewinner noch in der Ausbildung, sind die Ergebnisse dementsprechend. Eine Nachbesserung ist nicht möglich.

Auch der Spruch „Ich bin zwar ein schlechter Verkäufer, aber ein guter Handwerker“ lockt heutzutage wenige hinterm Ofen hervor. Ob Sie sich für Crashkurse entscheiden oder für Seminare, oder gleich nebenberuflich eine Weiterbildung absolvieren, bleibt Ihnen überlassen. Auch besteht die Möglichkeit, einen Profi erst einmal zu begleiten und sich so die ersten Sporen anzueignen. Ein ganz anderer Weg ist es, sich einen Spezialisten ins Team zu holen, der diesen Job übernimmt. Ist das Unternehmen dafür nicht geeignet, genügt es häufig, einen Spezialisten nur für Stunden oder Projekte zu buchen. Kauflächen kann man nochmals aufwachsen, Neukundenbesuche sind nach dem ersten Mal, dem ersten Eindruck, entweder „hop“ oder „top“, Nachbesserungen sind ausgeschlossen.

> „Es ist ein gutes Gefühl, über das Tal der Tränen zu fliegen.“

So bleiben Sie in der Luft

Wollen Sie das Tal der Tränen umfliegen? Welches Modell sagt Ihnen am meisten zu? Ist es der Vercharterer oder eher das eigene Flugzeug? Lohnt sich die Ausbildung oder hole ich mir einen Piloten? Was ist der gute Weg für die Neukundengewinnung für Sie? Für diese Entscheidung habe ich einen Bogen entwickelt, in dem sie Ihre Vorstellungen und Wünsche eintragen können und so Ihr individuelles Ranking erstellen. Sowohl Investition als auch Zeitaufwand können so direkt verglichen werden. Lassen Sie mir Ihre Kontaktdaten zukommen und ich schicke Ihnen die Entscheidungsunterlagen kostenfrei zu. Es ist ein gutes Gefühl, über das Tal der Tränen zu fliegen.

INFORMATION

Hans J. Schmid
Benzstraße 4
97209 Veitshöchheim
Tel.: 0931 2076262
service@arbeitsspass.com
www.arbeitsspass.com

Infos zum Autor