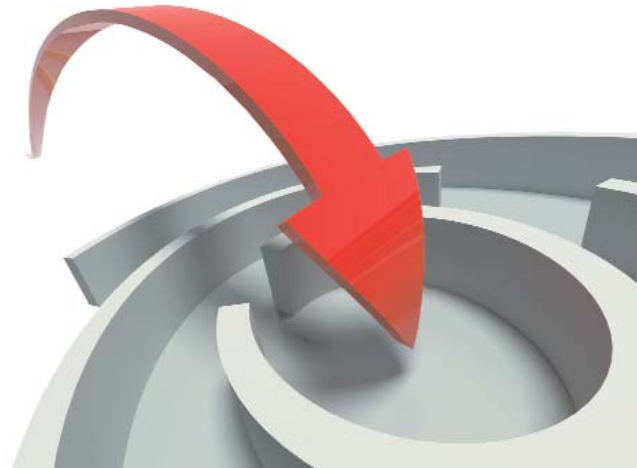


Mit High-Speed-Marketing erfolgreicher im Labor

| Christian Kalkbrenner

Das von der neuen Bundesregierung geforderte Wachstum von Unternehmen zur Überwindung der Krise ist derzeit in aller Munde. Die Unternehmen haben zwar mittlerweile fast alle die Kapazitäten angepasst und die Kosten drastisch gesenkt – doch was zum Wachstum dringend fehlt, sind Aufträge mit neuen und bestehenden Kunden. Um diese zu gewinnen, ist ein in sich geschlossenes Marktkonzept hilfreich, das die Einzigartigkeit des Unternehmens berücksichtigt.



Zahntechnische Unternehmen, die jetzt durchstarten wollen und für ihr Wachstum zusätzliche Impulse suchen, benötigen für langfristige Erfolge eine klare und strukturierte Anleitung. Diese sollte systematisch aufzeigen, welche Maßnahmen sich bereits bewährt haben und wie Unternehmen diese Maßnahmen zeitnah umsetzen können.

Neue Aufträge in kurzer Zeit

Wie gelingt es, neue Kundenkreise zu erschließen? Wie können Unternehmen mit bestehenden Kunden neu ins Geschäft kommen? Wie können Netzwerke gebildet werden, um an neue Aufträge zu gelangen? Wie können diese Aktivitäten in drei bis vier Wochen auf den Weg gebracht werden?

Die Antwort liefert High-Speed-Marketing. Anhand sieben ausgewählter Marketingrezepte können Unternehmen in nur sieben Tagen ihr kurzfristig nutzbares Potenzial erkennen und konkrete Maßnahmen entwickeln, die sie aktiv für die Gewinnung neuer Aufträge einsetzen können.

Stärken stärken

Welche Stärken hat das Unternehmen? Wie kann es diese für die Verkaufsargu-

mentation nutzen? Welche neuen Lösungen lassen sich daraus für den Kunden formulieren? Wozu dienen die Leistungen des Unternehmens?

Der Weg zum Marktführer

Kunden suchen starke, erfolgreiche Partner. Wer sich vornimmt, wie ein Marktführer zu agieren, entdeckt für sich sofort eine Fülle von neuen Möglichkeiten, die sich zeitnah umsetzen lassen.

Wie klar können dabei Marktsegmente definiert werden, um sie auch zu durchdringen?

Zooming

Enge Märkte, intensiver Preiswettbewerb. Beim Zooming werden das Unternehmen und die Märkte aus großer Höhe betrachtet und dadurch neue Möglichkeiten sichtbar gemacht. Der Hauptprozess des Unternehmens wird in einem einzigen Satz zusammengefasst und daraus wird abgeleitet, welche Marktaktivitäten sinnvoll sind.

Dieses Vorgehen eröffnet neue Perspektiven. Das Unternehmen geht wie in der Gründerzeit mit neuem Elan und Leistungspaketen in neue Märkte hinein.

Wachstums-Turbos

Sie unterstützen Unternehmen dabei, sich punktgenau zu ihren Stärken und ihrem angestrebten Marktauftritt zu inszenieren. Sie zeigen auf, was ein Unternehmen intern verändern muss, um nach außen authentisch wahrgenommen zu werden.

Guerilla-Wachstumswege

Auf verblüffend einfache Weise können mit diesem Rezept neue Geschäfte im Gespräch zwischen den Unternehmenskernern angeschoben werden. Die Guerilla-Wachstumswege arbeiten nach dem Prinzip „kleiner Hebel, große Wirkung“.

Sie bauen meist auf dem Kontakt zu einem guten Stammkunden auf, um mit ihm etwas Neues, das beiden Seiten nützt, aufzubauen und es dann als neue Leistung breit anzubieten.

Sales-Reengineering

Verkaufen ist eine mentale Sache. Gerade in schwierigen Zeiten sollte der Lustfaktor im Verkaufen hoch sein. Sieben neue Instrumente erleichtern dem Verkauf die Arbeit und Effizienz, darunter der „Smarter-Verkaufen-Weg“, der die ungeliebte Neukundenakqui-

sition zu einer angenehm machbaren Aufgabe werden lässt.

Trüffelschwein-Marketing

Der Weg aus der Krise ist – wie jeder Weg zu neuen Ufern – steinig und hürdenreich. Je frühzeitiger mögliche Hürden wahrgenommen und beseitigt werden, umso leichter und schneller wird das Ziel erreicht. Diese Hürden sind wie Trüffel und sie gilt es sensibel aufzuspüren.

Nachdem das Marktkonzept in sieben Tagen vollständig entwickelt wurde, geht es am achten Tag bereits an die Umsetzung. Dabei ist das Augenmerk darauf zu richten, möglichst gleichmäßig vorzugehen, und nicht darauf, in möglichst kurzer Zeit viel zu erreichen. Es ist wichtig, nicht nachzulassen, wenn der Erfolg ausbleibt, und nicht aufzuhören, wenn sich der Erfolg einstellt. Es ist die Durchschnittsgeschwindigkeit, die im High-Speed-Marketing zählt und den nachhaltigen Erfolg ermöglicht.



Buchtipp: Mehr über das Thema erfahren Sie im neuen Buch von Christian Kalkbrenner „High-Speed-Marketing – In nur 7 Tagen zu einem durchschlagenden Marktkonzept“. BusinessVillage, ISBN 978-3-938358-98-6

autor.



Dipl.-Kfm. Christian Kalkbrenner re- strukturierte zahlreiche Unternehmen und verhalf ihnen mit schlagkräftigen Markt- konzepten zu neuen Erfolgen. Er ist Autor, Berater, Manager auf Zeit und Referent. Aufgrund seiner konzentrierten und ef- fektiven Vorgehensweise gilt er als füh- render High-Speed-Marketing-Experte.

kontakt.

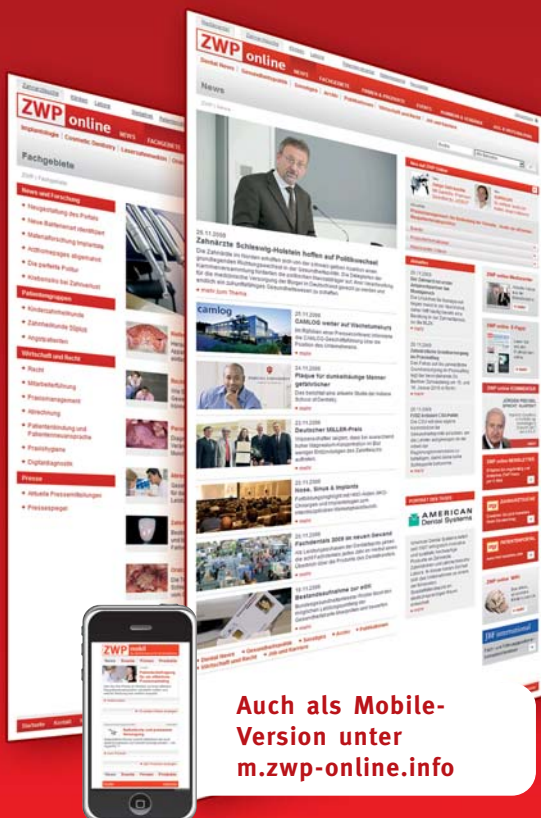
Christian Kalkbrenner

Kalkbrenner-Unternehmensberatung
Gstädweg 72, 88131 Lindau
Tel.: 0 83 82/40 93 01
E-Mail: info@ub-kalkbrenner.de
www.ub-kalkbrenner.de

ANZEIGE

ZWP online

Das Nachrichten- und Fachportal
für die gesamte Dentalbranche



Auch als Mobile-
Version unter
m.zwp-online.info

- Täglich aktuelle News
- Wissenschaftliche Beiträge
- Firmen- und Produktfinder
- Eventkalender
- Aus- und Weiterbildung
- Kammern und Verbände
- Zahnarzt- und Laborsuche
- Patienteninformationen
- Praxismanagement
- Mediacenter

Erweitern Sie jetzt kostenlos Ihren Labor-Grundeintrag auf ein Expertenprofil!

www.zwp-online.info