Kolumne
Expertenwissen für den Vertrieb

Claudia Huhn
Beratung Coaching Training

Umsatzschwankungen als Vertriebswerkzeug

Frage: Zur Jahresmitte bleibt mein Umsatz deutlich hinter dem des Vorjahres zurück. Was kann ich jetzt tun?

Im Vertriebscoaching ist es üblich, Situationen vorwärts und rückwärts zu betrachten. Vorwärts, um Handlungsanweisungen zu erarbeiten, rückwärts, um die maximale Lernschleife zu ziehen.

Beginnen wir in diesem Fall mit dem Blick rückwärts: Grundsätzlich sind Umsatzschwankungen in einem erträglichen Rahmen üblich. Die wenigsten Unternehmen verfügen über einen dauerhaft stabilen Umsatz. Dentallabore, die über installierte und aktive Vertriebsprozesse verfügen, können schneller und flexibler auf Umsatzrückgänge reagieren. Dies setzt voraus, dass die Prozesse skalierbar sind.

Umsatzrückgänge auszugleichen gelingt in der Regel nicht von heute auf morgen. Es ist sehr viel leichter und schneller realisierbar, wenn die Prozesse, wie Abläufe, Fähigkeiten und Inhalte, bereits im Unternehmen vorhanden sind. Müssen diese erst initiiert werden, wenn der Umsatzrückgang dramatisch wird, so ist spürbarer Erfolg erst nach einer längeren Zeit erkennbar. Gleiches gilt für den Prozess der Kundenbetreuung und -bindung.

Um auf Umsatzschwankungen dauerhaft und/oder situativ reagieren zu können, ist es wichtig, Vertriebsprozesse für die Bereiche Neukundengewinnung und Bestandskundenbetreuung installiert zu haben. Konkret bedeutet das, die folgenden Fragen mit Ja beantworten zu können:

- Ist jemand für diese Aufgabe verantwortlich?
- Hat jemand die nötige Prozess- und Kommunikationskompetenz?
- Gibt es einen Erfolg versprechenden Prozess? Ist der Prozess skalierbar?
- Hat der Vertriebsverantwortliche konsequent Zeit für die Umsetzung dieses Prozesses?

Klug handelt, wer diese Prozesse in umsatzstarken Zeiten im Unternehmen einrichtet. Lernen mit Spaß ist einfacher als unter Erfolgsdruck.

Wechseln wir die Blickrichtung und schauen nach vorne: Umsatzrückgänge können über den Umsatzausbau mit Bestandskunden oder das Gewinnen neuer Kunden ausgeglichen werden. Idealerweise laufen beide Prozesse parallel. Ist dies nicht der Fall, empfehle ich, mit dem Umsatzausbau bei Bestandskunden zu beginnen.

Sprechen Sie im ersten Schritt mit Ihren Kunden persönlich, um die Ursachen für den Umsatzrückgang herauszufinden. Hinterfragen Sie Ihre Fehler, das nimmt den Druck und den Vorwurf aus dem Gespräch und hilft Ihrem Gegenüber, offen und ehrlich zu sein. Sollte es tatsächlich Unzufriedenheiten auf Kundenseite geben, so nehmen sie diese auf, legen einen Zeitraum für die Beseitigung fest und verabreden einen Folgetermin, um die Veränderungen zu besprechen. Fehlt es an zahntechnischem Umsatz, so klären Sie gemeinsam mit der Praxis, welche Unterstützung Ihrerseits sinnvoll sein könnte, um mehr Patienten von der Notwendigkeit und Richtigkeit der Behandlung zu überzeugen. Überall dort, wo Ihr Kunde außerdem noch über Umsatzpotential verfügt, sollten Sie auch mutig die Frage stellen, was Sie tun müssen, um dieses Potenzial für sich zu erschließen.

Fazit: Kurzfristig kann nur der Umsatzausbau bei Bestandskunden Ihr Problem lösen, daher sollten Sie direkt mit ihnen sprechen. Grundsätzlich sollten Sie schnellstmöglich dafür sorgen, dass sowohl die Gewinnung neuer Kunden als auch die Betreuung der Bestandskunden als feste Bestandteile in Ihrem Unternehmen integriert sind. So können Sie schnell auf Umsatzveränderungen oder einen unvorhersehbaren Bedarf reagieren – das schafft Sicherheit und Souveränität.

kontakt

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

Infos zur Autorin

Ministerin Paus gibt Startschuss für Strategie gegen Einsamkeit

Das Vorhaben soll bis Ende der Legislaturperiode erarbeitet und umgesetzt werden.

Einsamkeit ist ein negatives Gefühl, das nicht erst seit der Coronapandemie im Leben vieler Menschen eine Rolle spielt. Das Bundesfamilienministerium möchte das Thema politisch und wissenschaftlich genauer betrachten: Wie kann Einsamkeit vorgebeugt, wie kann sie bekämpft werden? Mit einer Konferenz gemeinsam mit Fachkräften aus der sozialen Arbeit, aus Forschung sowie Wohlfahrtsverbänden startete Bundesministerin Lisa Paus Mitte Juni die Erarbeitung einer Strategie gegen Einsamkeit. Sie soll bis Ende der Legislaturperiode in einem breiten Beteiligungsprozess entstehen und gemeinsam mit dem Kompetenznetz Einsamkeit umgesetzt werden. Dazu erklärt Lisa Paus, Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: „Einsamkeit betrifft viele Menschen. Häufig sind es die Älteren unter uns, deren Partnerin oder Partner verstorben ist, deren Freundeskreis kleiner wird oder die nicht mehr mobil genug sind, um das Haus zu verlassen. Und die sich jemanden wünschen, um zu reden und um Sorgen und Freude zu teilen. Aber auch viele jüngere Menschen kennen das Gefühl der Einsamkeit und leiden darunter, wie sich gerade während der Coronapandemie gezeigt hat. Für eine erfolgreiche Strategie gegen Einsamkeit sind unterschiedliche Perspektiven notwendig, weil Einsamkeit ein vielfältiges gesellschaftliches Phänomen ist. Dafür legen wir heute den Grundstein. Benjamin Landes, Direktor des Instituts für Sozialarbeit und Sozialpädagogik und Leiter des Projekts Kompetenznetz Einsamkeit (KNE): „Wir möchten mit dieser Konferenz einerseits zur Sensibilisierung für das Thema Einsamkeit beitragen und andererseits die Debatte in Deutschland mit vielfältigen Impulsen bereichern. Dazu wird das Thema aus internationaler, wissenschaftlicher, zivilgesellschaftlicher sowie politischer Perspektive betrachtet. Dabei legen wir den Fokus besonders auf die Praxis der Aktiven im Engagement sowie der sozialen Arbeit und wollen damit einen Beitrag zur Verbesserung der Vorbeugung und Bekämpfung von Einsamkeit leisten. Gleichzeitig möchten wir mit vielfältigen Beiträgen von Forschenden das bestehende Wissen zum Thema weiterverbreiten. Das KNE möchte mit qualitativen und quantitativen Forschungsprojekten zur weiteren Erforschung von Einsamkeit beitragen."

ANZEIGE

Scheideanstalt.de
Ankauf von Dentalscheidgut
- stets aktuelle Ankaufkurse
- professionelle Edelmetall-Analyse
- schnelle Vergütung

ESG Edelmetall-Service GmbH & Co. KG
+49 7242 95351-58
www.Scheideanstalt.de

ESG Edelmetall-Service GmbH
+41 55 615 42 36
www.Goldankauf.ch
ESG

Einsamkeit betrifft viele Menschen: Es gilt deshalb, die Gesellschaft zu sensibilisieren.

Quelle: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

Wechsel an der Spitze

Neuer Geschäftsführer der Zahntechniker-Innung im Regierungsbezirk Arnsberg.

Obermeister Norbert Neuhaus (rechts) begrüßt Assessor Sebastian Baranowski im Haus des Handwerks, Hagen.

Sebastian Baranowski heißt der neue Geschäftsführer der ZTI Arnsberg. Der 37-jährige Jurist folgt damit Michael Plohmann, der nach über 30 Jahren in den verdienten Ruhestand tritt und am 30. Juni 2022 verabschiedet wurde. Assessor Baranowski, der zuvor bei den Kreishandwerkerschaften Ruhr sowie Dortmund und Lünen als Leiter der Rechtsabteilung tätig war, verantwortete auch die rechtlichen Belange des Bundesinnungsverbandes der Schilder- und Lichtreklamehersteller. Dort war er maßgeblich am Gesetzgebungsverfahren zur Wiedereinführung der Meisterpflicht in dem Gewerk beteiligt. Zuletzt verantwortete er dort die Novellierung der Meisterprüfungsverordnung im Jahr 2022.

Begrüßt wurde der Arbeitsrechtler in dem frisch bezogenen Verwaltungssitz der Innung durch Obermeister Norbert Neuhaus persönlich, der in einem persönlichen Gespräch die anstehenden Aufgaben, die auf den neuen Geschäftsführer warten, aufzeigte.

Quelle: ZTI Regierungsbezirk Arnsberg

Flussfisch bleibt Family Business

Die nächste Generation tritt offiziell als Gesellschafter des Hamburger Familienunternehmens an.

Michaela Flussfisch mit ihren Kindern Tim-Frederic und Charleen.

Auf 111 Jahre erfolgreiche Unternehmensgeschichte blickt die Michael Flussfisch GmbH in Hamburg zurück. Nun geht die vierte Generation ganz offiziell an den Start: Charleen und Tim-Frederic Flussfisch sind als Gesellschafter in das Familienunternehmen eingetreten. Die beiden Kinder der bislang alleinigen Gesellschafterin und Geschäftsführerin Michaela Flussfisch sind schon seit geraumer Zeit im Familienbetrieb tätig: Charleen (27) als Leiterin der Auftragsverwaltung, Tim-Frederic (33) als Leiter des NEM-Fertigungszentrums. „Nachdem sich meine Tochter und mein Sohn erfolgreich in die betrieblichen Abläufe eingearbeitet, umfangreiche Erfahrungen gesammelt und Verantwortung übernommen haben, war es nun an der Zeit, sie offiziell in die Unternehmensführung zu integrieren“, erläutert Michaela Flussfisch. „Dies ist ein deutliches Signal an unsere Kunden, dass auf lange Sicht Kontinuität gewährleistet ist. Flussfisch ist und bleibt Familienunternehmen mit einer engen, persönlichen Kundenbindung und großer Flexibilität. Anonyme Shareholder, eine abgehobene Management-Ebene und lange Entscheidungswege gibt es bei uns nicht.“

Gegründet wurde das traditionsreiche Unternehmen im Jahre 1911 von Michael Flussfisch, dem Großvater der heutigen Inhaberin, als Fabrikationsunternehmen für Dentallegierungen und Schmuckgold in Hamburg. Sein Sohn Sylvester Flussfisch baute das Unternehmen nach dem Zweiten Weltkrieg wieder auf und führte es ab 1951 als Handelsunternehmen und Vertriebspartner der Firma Wieland Edelmetalle für den Raum Norddeutschland. 1993 übernahm Michaela Flussfisch das Ruder von ihrem Vater und entwickelte das Unternehmen erfolgreich weiter: 2008 kam der Einstieg in das innovative Lasersinter-Verfahren zur additiven Herstellung von Dentalgerüsten in einer zuvor nie gekannten Präzision – und somit auch der Einstieg in das digitale Zeitalter. Flussfisch als einer der Vorreiter auf diesem Gebiet besitzt hier nach wie vor einen Erfahrungsschatz und eine Expertise, die ihresgleichen suchen. Im Jahr 2011 schließlich machte sich das Unternehmen mit der Herstellung eigener Dentalprodukte und -systeme komplett unabhängig und kooperiert hierbei auch eng mit namhaften Premium-Herstellern, den Flussfisch-Friends.

Nun unterstützt also die nächste Generation die Geschäftsführerin auch offiziell als Gesellschafter. „Der Dentalmarkt entwickelt sich mit ungeheurer Dynamik laufend weiter“, so Michaela Flussfisch. „Daher ist es wichtig, dass die junge Generation der ‚Digital Natives‘ stärker in operative, aber auch in strategische Entscheidungen einbezogen wird.“ Und dies zeichnet sich bereits ab: So wird Flussfisch zum Ende des Jahres das – deutlich sichtbare – Ergebnis einer gemeinsamen zukunftsweisenden Entscheidung der Öffentlichkeit präsentieren.

kontakt

Michael Flussfisch GmbH
Friesenweg 7
22763 Hamburg
Tel.: +49 40 860766
info@flussfisch.de
www.flussfisch.de

ANZEIGE

Vorstand des BVD wieder komplett

Jochen G. Linneweh zum neuen Präsidenten gewählt.

Am 12.7.22 hat das Präsidium des BVD Jochen G. Linneweh einstimmig zum neuen Präsidenten des Bundesverbandes Dentalhandel e.V. gewählt. Linneweh ist Geschäftsführer der dental bauer Gruppe. Der Fachhändler war erst im Frühjahr dieses Jahres als Mitglied in den BVD mit dem Ziel eingetreten, sich aktiv in den Verband einzubringen. Jochen G. Linneweh dankte dem Präsidium für das Vertrauen und erklärte: „Ich freue mich über das einmütige Votum und bin mir der Verantwortung, die sich daraus ergibt, sehr bewusst. Gemeinsam mit meinen Kollegen werde ich die weitere Umsetzung der Neuausrichtung des Verbandes vorantreiben. Wir sind uns einig, den BVD generationenübergreifend attraktiv zu machen.“

Die Nachwahl war notwendig geworden, da Lutz Müller Anfang Mai vom Amt des Präsidenten zurückgetreten war. Er hatte schon vor Beginn seiner letzten Amtsperiode angekündigt, diese nicht mehr bis zum Ende auszufüllen. Müller hatte den Verband mehr als zwölf Jahre als Präsident geführt. Nach seinem Ausscheiden wurde er zum Ehrenpräsidenten ernannt. Vizepräsident Stefan Heine und Vorstand Lars Johnsen üben ihre Ämter weiter bis zum Ende der Wahlperiode aus. Stefan Heine stellte zur Nachwahl fest: „Ich freue mich sehr, dass der Wechsel an der Spitze des BVD reibungslos erfolgt ist. Damit können wir uns wieder voll auf die Sacharbeit konzentrieren.“

Quelle: BVD

Jochen G. Linneweh ist neuer Präsident des Bundesverbandes Dentalhandel e.V.

Digitales Berichtsheft Zahntechnik

VDZI stellt bundeseinheitliche Branchenlösung vor.

Zeitgleich mit Inkrafttreten der neuen Ausbildungsverordnung „Zahntechnik“ stellt der Verband Deutscher Zahntechniker-Innungen (VDZI) mit „zahntechniker-heft.de“ die branchenspezifische Lösung für das Führen eines digitalen Berichtsheftes vor. Mit dieser smarten Art werden Ausbildungsnachweise ganz einfach online erstellt, bearbeitet und geprüft – von jedem Ort aus und zu jeder Zeit. Die Software erfüllt alle formellen Anforderungen und ist auf jedem Endgerät verfügbar. Auch der neue Ausbildungsrahmenplan ist bereits hinterlegt und kann von der Ausbilderin oder vom Ausbilder angepasst werden. Und während das digitale Berichtsheft Herzstück der Web-Anwendung ist, unterstützen viele weitere smarte Funktionen den Ausbildungsalltag: Verwaltungsaufgaben, Übersichten zu Notenspiegel oder Einsatzplanungen und Beurteilungsbogen ergänzen das digitale Berichtsheft. Zudem sollen zukünftig auswählbare Übungseinheiten durch den VDZI integriert werden. Ausbilder erhalten so zusätzlich ein Feedback zum aktuellen Wissensstand des Azubis.

„zahntechniker-heft.de“ bietet die ideale Grundlage, um zeitgemäße Ausbildung auch in der Dokumentation und Kommunikation zu leben. Das Angebot ist für Azubis kostenfrei. Ausbildungsbetriebe zahlen eine einmalige Gebühr pro Azubi. Die Web-App für das branchenspezifische digitale Berichtsheft unterstützt kleine, mittlere und große Dentallabore darin, die betriebliche Ausbildung zum Zahntechniker auf qualitativ hohem Niveau zu gestalten. Wer die Funktionen zunächst kennenlernen möchte, kann die Anwendung 30 Tage kostenlos und unverbindlich testen.

Quelle: VDZI