



Zusammengebrochene Gewinne umkehren.

Artikel von Rolf P. Gruber

Klar ist: Märkte sind nicht immer einfach zu bedienen. Und wenn harte Euro-Zeiten die Exportmärkte erschüttern, dann wird es unter Garantie nicht einfacher. Fakt ist: 60% der exportierenden Unternehmen geben an, unter drastischen Gewinneinbussen zu leiden und dass es als Folge daraus zu Entlassungen kommen wird. Ein Feuersturm, der über die Schweiz fegen wird.

Doch was heisst das konkret für diese Unternehmen, welche Einbussen erleiden? Es bedeutet, dass diese Unternehmen NEUE Kunden suchen, respektive NEUE Märkte erschliessen müssen. Was ist also zu tun? Schauen wir es uns an.

Ziel aller Überlegungen sollte es jetzt sein, keine isolierten Vorstösse zu ergreifen. Ein solches Vorgehen mag einige Pflaster über Brandwunden legen, den Organismus heilen, wird es aber nicht.

Es sind drei Gestaltungsfelder, welche in die Gesamtbetrachtung einer intelligenten Wachstumsstrategie eingeschlossen werden müssen.

Unternehmen brauchen A:

Klare Marktinformationen. Konkret heisst das, dass herausgefunden werden muss, wo und in welchen Märkten das vorhandene Know-how eingesetzt werden kann. Nicht Zukaufen, sondern aus dem Wissen von Mitarbeitenden und guten Partnern schöpfen wenn Neuentwicklungen geschaffen werden müssen heisst hier die Devise. Resultat: Abgestimmte Leistungen auf NEUE Kundenwünsche.

B: Eine erstklassige Positionierung, welche das Unternehmen von den Mitbewerbern klar unterscheidet und

tiefgreifende Spuren im Gedächtnis der Wunschkunden hinterlässt. Wenn Einbussen entstehen, weil man für Kunden einfach nur zu teuer ist, dann sollte die Frage nach dem Wieso gestellt werden. Die Antwort lautet in der Regel: Wir sind austauschbar. Eine Änderung ist hier dringendst angesagt. Resultat: Einmaligkeit, die NEUE Zielgruppen aufhorchen lässt.

Und C: Innovative, durchschlagende Marketingmassnahmen. Nur wenigen Unternehmen gelingt es, aus vorhandenen Markt- und Kundendaten innovative Marketingmassnahmen abzuleiten. Ein echter Verlust für alle betroffenen Unternehmen. Folgende Fragen müssen gestellt werden: Wie filtern wir die Daten? Wie nutzen wir die Daten? Und: Wie fördern wir den Vertrieb zu überdurchschnittlichen Resultaten hin? Hier sind Potenziale in Form von echten Goldminen zu finden.

Dies sind die grundlegenden Wachstumshebel für NEUE Kunden. Intelligent angewandt, sind sie der Weg aus dem Dunkel in die Zukunft hinaus.

Und: Richards & Gold besitzt das Wissen, diese Wachstumshebel zu betätigen. Rufen Sie uns für eine Wachstumssitzung an.

Richards & Gold GmbH
Brand Coaching
Dörflistrasse 50, CH-8050 Zürich
Tel.: + 41 44 421 41 41
Mail: info@richards-gold.ch
Web: www.richards-gold.ch