

Die Engpässe in Unternehmen lassen sich in 4 Kategorien einteilen.

Marketing

Das Unternehmen generiert zu wenig Leads und schafft es nicht, kontinuierlich profitable Neukunden zu gewinnen.

Verkauf

Verkäufer verkaufen Produkte und Dienstleistungen – statt Lösungen – weil es einfacher ist. Abschlüsse sind nicht profitabel genug und die Abschlussquoten könnten deutlich höher sein. Erklärungsbedürftige Projekte werden mit Kunden intensiv besprochen. Die Beratung wird nicht gesondert fakturiert, sondern gratis angeboten oder verrechnet.

Ausführung:

Kunden steuern mit ihren Anfragen das Leistungsportfolio der Unternehmen. Es fehlen für viele Aufträge Prozesse und Standards. Skalierungseffekte werden verhindert und Festpreiskalkulationen, die auch vor Vergleichbarkeit schützen, werden unmöglich bzw. zum Glücksspiel.

CashFlow:

Die Kostenstruktur vernichtet die Liquidität. Es fehlt an Reserven. Die Transaktionskosten sind in vielen Bereichen zu hoch. Abrechnungsprozesse und Zahlungseingänge sind zu langsam. Das Unternehmen hat Kunden, die es sich nicht leisten kann. Es fehlt an planbaren Einnahmen. Projekte werden erst nach Fertigstellung fakturiert.

Wichtig:

Selbst professionelle Unternehmen finden immer wieder neue Engpässe. Kaum ist einer temporär oder dauerhaft gelöst.

Doch zeitweise fehlen einfach die Ideen, was man tun könnte und der Status quo wird akzeptiert. Für diese Situation habe ich ein Buch geschrieben, was bewusst in kurzen und knackigen Impulsen das „Warum“ nur kurz anreißt, doch das „Wie“ konkret beschreibt.

Schauen Sie mal ins Buch und teilen Sie es mit Ihren Verkäufern und Führungskräften.

Für wen ist das Buch geeignet?

Das Buch eignet sich für **Unternehmer**:

- die wissen wollen, wie man profitabler wird.
- wie man Abläufe systematisiert und die Firma verkaufsfähig macht.
- worauf man achten sollte, bevor man Kunden annimmt.
- welche Aufgaben man zwingend delegieren muss.

Das Buch eignet sich für **Verkäufer**:

- die verstehen wollen, warum schnellere Abschlüsse profitabler sind.
- warum man Kunden nicht ausbilden sollte.
- wieso man Kunden nicht verwirren darf.
- wie man seine Abschlussquoten schon bei der Terminplanung beeinflusst.

Das Buch eignet sich für **Führungskräfte**:

- die wissen wollen, wie man seine Mitarbeiter leistungsfähiger macht.
- warum man Überstunden nicht bezahlt.
- und warum Mitarbeiter Fehler machen sollten.

Darüber hinaus enthält es sehr viele praxiserprobte Strategien aus vielen Jahren Unternehmertum und fasst Erfahrungen von der Gründung bis zum Verkauf zusammen.

Was Sie vielleicht gar nicht wissen:

Ich habe in den letzten Jahren viel Aufmerksamkeit erlangt, weil ich nicht mehr aktiv im Tagesgeschäft involviert war und alle Aufgaben in der Firma delegiert habe. Trotzdem haben wir 7-stellige Umsätze gemacht und ich baute parallel ein Speaking & Coaching Business auf.

Doch ich weiß noch genau, wie es war, als ich jeden Tag – inklusive Wochenenden – mindestens bis spätabends, teilweise sogar in die Nächte hinein gearbeitet habe, damit alles irgendwie funktioniert. 2015 fragte ich an Heiligabend, ob meine Familie ein Problem hätte, wenn ich nun um 20.15 Uhr ins Bett gehen würde, weil ich total erledigt war.

Und ab dann habe ich meinen 15 Mitarbeiter Schrittweise alles übergeben, nicht mehr zugelassen, dass „jeder nur mal eben eine Frage hat“ und alles geändert. Das steigerte Umsätze, Gewinn und meine persönliche Freiheit.