

Machen wir uns bewusst:

Der Unternehmer – ist Mensch
 Der Mitarbeiter – ist Mensch
 Der Kunde – ist Mensch
 Partner – sind Menschen

In der Erfolgsstrategie von heute sollte, unter Einbeziehung von altbewährten Erfahrungen, der Mensch als zentraler Punkt positioniert sein. Die etablierten Businesspläne würden, wie die sieben Weltwunder, dem Zeitgeist angepasst und ergänzt.

Partnerschaft

Geschäftsbeziehungen verändern sich oft zu Gunsten einer der beiden Geschäftspartner. Unter dem Deckmantel von attraktiven Vereinbarungen werden die eigenen Interessen einer der beiden Partner platziert.

Zu den Partnern eines Unternehmens zählen hier Zulieferer, Hersteller, Dienstleister und Mitarbeiter.

Bei einer Veränderung der geschäftlichen Partnerschaft wie hier beschrieben ergibt sich die Notwendigkeit die Vereinbarungen

Die „neuen“ Weltwunder?



Ursprünglich stammen die sieben Weltwunder aus der Antike. Um 200 vor Christus stellten griechische Schriftsteller einen Katalog mit den sieben bedeutendsten Bauwerken ihrer Zeit auf.

Warum wurden im Sommer 2007 „neue Weltwunder“ benannt? Ganz einfach. Um dem heutigen Zeitgeist zu entsprechen.

Vergleichbar mit den alten Weltwundern gibt es eine Vielzahl altbewährter betriebswirtschaftlicher Orientierungshilfen. Sie sind ohne Frage wirkungsvoll und wertvoll für jedes Unternehmen, das sich heute am Markt positionieren will. In diesen Erfolgsstrategien für Unternehmer sind die einzelnen Ziele meist ausschließlich auf die Wirtschaftlichkeit und den Profit bezogen. Es sind mehrschichtige Programme, die darauf ausgerichtet sind eine hohe Rentabilität und den Erfolg des Unternehmens zu erreichen. Sind sie jedoch auch zeitgemäß?

Ein wesentlicher Faktor fehlt aus meiner Sicht in diesen Konzepten – und das seit Jahren! Nämlich der Mensch und seine menschlichen Werte; der Faktor, um den sich eigentlich alles dreht.

Was verlangt der Zeitgeist dem Unternehmer der heutigen Zeit ab? Viele Unternehmer stellen sich die Frage, was kann ich heute (noch) tun um erfolgreich zu sein. Genau dies ist der Ansatz, mit dem viele Unternehmer ein ganzheitlich orientiertes Konzept anstreben, sich auf den Weg dorthin begeben, und auf „Ihrem“ Weg professionelle Beratung und Unterstützung nutzen.

Statt umsatzsteigernder Marketingaktivitäten oder umsatzfördernde Mitarbeiter-Provisionsvereinbarung zu treffen, zeigen immer mehr Unternehmer das Interesse zu prüfen in welcher Weise und mit welcher Einstellung sie ihren Beruf leben.

Folgende Aspekte sind hierbei von Bedeutung:

- Partnerschaft
- Selbstreflektion
- Zielsetzung
- Klarheit/Verantwortung
- Mehrwert
- Freude
- Wertschätzung/Vertrauen
- Intuition
- Visionen

und den Umgang mit der z.B. betroffenen Partnerfirma in folgender Weise zu überdenken und zu verändern:

- Ist dies zurzeit der für mich optimale Partner?
- Sind die Produkte, die ich anbiete auch die, die meine Kunden bei mir suchen?
- Trage ich das Risiko alleine?
- Ist der Partner an meinem Erfolg interessiert?

„Eine geschäftliche Partnerschaft zeichnet sich dadurch aus, dass beide Seiten ein gemeinsames Ziel verfolgen und sich gegenseitig unterstützen.“

Selbstreflektion

Ein Unternehmer der regelmäßig prüft, ob er noch immer auf einem effektiven Weg zu seinem selbst gesteckten Ziel ist, kommt schneller und direkter der Umsetzung seiner Geschäftsideen nah, als jemand der z.B. an seinen alten Gewohnheiten festhält, weil er Klärung und Auseinandersetzungen zu vermeiden sucht.

Viele Unternehmer die nicht auf den allgemeinen Sog negativer Stimmungsmache einsteigen, haben ihren Weg gefunden. Sie

haben für sich klar definiert, ich bin individuell. Eine liebgewordenen Meinung zu verändern, mit einem eingefahrenen Verhaltensmuster zu brechen, mal etwas anders zu machen, wenn man merkt so geht es nicht weiter, sind Vorgehensweisen die das Selbstbewusstsein stärken.

In vielen von mir durchgeführten Coachingeinheiten, kommt die Rückmeldung des Unternehmers, dass dieser ein sehr beschäftigtes, terminreiches Leben führt. Viele scheinen damit nicht wirklich glücklich und zufrieden zu sein.

Eine ganzheitliche Lebensweise bringt Körper, Geist und Seele in Einklang. Sind diese Bereiche ausgeglichen, können sie auch miteinander harmonisieren. Dies setzt voraus, dass man sich im Geschäftsalltag beobachtet und sich selbst die Frage stellt, ob man gerade zufrieden ist. Eine weitere Möglichkeit ist, den Arbeitstag am selbigen Abend Revue passieren zu lassen und sich dann zu fragen, ob man zufrieden mit diesem Tag seines Lebens ist.

Ist dies nicht so, ergibt sich hier die Möglichkeit für neue Entscheidungen, die den Alltag verändern. Einige davon sind nicht immer gleich umzusetzen, jedoch ist dies kein Grund sie nicht an zu gehen.

„Machen Sie aus einem gefüllten Leben ein erfülltes Leben“.

■ Zielsetzung

- Kommt ein Kunde ausschließlich zu Ihnen um ein Produkt zu erwerben?
- Was suchen die Kunden gerade bei Ihnen?
- Kennen Sie die persönlichen Ziele ihrer Mitarbeiter?
- Wie steht es um die eigenen Ziele?

■ Klarheit/Verantwortung

Der unabhängige, selbstbewusste Mensch bestimmt sein Leben und führt es so, wie er es für sinnvoll hält. Er trägt die Verantwortung für all seine Entscheidungen selbst und schiebt sie nicht auf „den Anderen“ oder auf „Sachzwänge“. Es ist Zeit sich aus den scheinbaren Beeinflussungen der Anderen zu lösen und zu schauen, was man selbst für sich möchte. Hieraus ergibt sich Unabhängigkeit und in dieser gibt es den „bösen Anderen“ nicht mehr. Es gibt immer verschiedene Möglichkeiten die eigenen

Geschäftsideen oder die individuelle Art der Firmenführung zu erreichen.

Wichtig ist, dass man selbst getroffene Entscheidungen auch einhält, denn nur so können sich gewünschte Veränderungen einstellen.

Aspekte des Unternehmensalltages die auf längere Zeit nicht zu ändern sind, auch wenn es wünschenswert erscheint, sollten so lange in Freude angenommen werden, bis der Moment der Veränderung kommt.

„Jeder Mensch kann zu jeder Zeit etwas ändern, kann den Weg den er eingeschlagen hat, verlassen“.

■ Mehrwert

- Welche Stärken kenne ich von mir, die für andere wertvoll sein könnten?
- Welchen Wert haben für mich die Menschen in meinem Umfeld, Kunden sowie Mitarbeiter?
- Werden die Menschen bei mir individuell beraten?

Was ist aber mit der Individualität des Menschen. Begegnen Sie den Menschen auf ihre eigene Weise?

Jeder Mensch hat seine individuellen Stärken, Vorgehensweisen, Umgangsformen. Ein jeder kann dies herausfinden, bei seinen Mitarbeitern, bei seinen Kunden und bei sich selbst. Vorausgesetzt, man möchte das überhaupt heraus bekommen und sich immer wieder auf diese ständig wechselnden Begegnungen einstellen.

„Gehen Sie auf Entdeckungsreise und stellen Sie fest, wie unterschiedlich und interessant ein jeder Kontakt sein kann.“

■ Freude

Wer Freude an seiner Arbeit hat, bleibt nicht unentdeckt. Man kann schon sagen, Menschen mit einer positiven Ausstrahlung fallen im Alltag auf. Beratungsgespräche, die Freude als Grundlage erkennen lassen, berühren den Gesprächspartner in dieser Weise.

Kunden gehen zum Fachmann um beraten zu werden. Dabei erwarten viele, dass sie für ihre Belange und Bedürfnisse die optimale Lösung angeboten bekommen. Das Leben ist so vielfältig – und für diese vielfäl-



RECOIL ab UVP 69€



VENDOME ab UVP 139€

bolle
optics

FOR SPORT. FOR LIFE.

www.bushnell.de

NEU auf der Opti'08: Halle C2 Stand 207

tigen Situationen gibt es Lösungen. Überlassen Sie es ihrem Kunden, wann er was zu welchem Preis kaufen möchte. Zeigen Sie ihm die Möglichkeiten auf, die Sie aus fachlicher Sicht sehen und lassen Sie sich überraschen, wie viele Ihnen für Ihre Beratung dankbar sind. Vorausgesetzt sie denken nicht vorrangig an Ihren Profit, sondern daran, dem Anderen mit ihrem Wissen gedient zu haben.

„Das Lächeln des Gegenübers ist wertvoll und Ausdruck seiner Zufriedenheit. Sie wird länger in Erinnerung bleiben als irgendwelche Prozente oder Angebote“.

■ Wertschätzung/Vertrauen

Immer mehr Unternehmer stellen sich die Frage:

- „Was kann ich tun, um meine Mitarbeiter zu unterstützen, um sie zu inspirieren?“
- Was kann ich tun, damit sie ihr volles Potential, ihre volle Kraft entfalten können?“

Es hat sich gezeigt, dass Unternehmer die sich für die individuellen Strukturen eines jeden Mitarbeiters interessiert haben, ihre Ziele kennen, ihre Bedürfnisse und Einstellungen zu Ihrer Arbeit erst richtig entdecken konnten. In Einzelgesprächen lassen sich dann die Wünsche, Visionen und Vorstellungen von ihrer Arbeit erkennen. Alleine die Tatsache, dass der Unternehmer sich Zeit nimmt, um mit den Mitarbeitern Einzelgespräche zu führen, vermittelt den Angestellten das Gefühl, hier interessiert man sich für mich.

Solche Beziehungsmuster zwischen Chef

und Mitarbeiter sind nicht mehr geprägt von Macht und Angst, sondern von gegenseitigem Respekt, Vertrauen und Anerkennung als Mensch.

„Sie erwarten von ihren Mitarbeitern Erfolg, dann denken sie auch an Erfolg und handeln auch wie ein erfolgreicher Unternehmer unabhängig davon, ob Sie es schon sind“.

„Jeder Augenblick, den ich meinen Mitarbeitern widme, ist gewinnbringend angelegt“.

■ Intuition

Ist eine Empfindung, die uns auf das hinweist, was sich in uns gut anfühlt und was nicht. Aus dieser Empfindung heraus ergibt sich die so genannte „innere Stimme“, die in Verbindung mit kognitiven Informationen eine fundierte Entscheidungsgrundlage ergibt.

Es ist an der Zeit dieser „inneren Stimme“, der eigenen Intuition mehr Gewicht zu geben, sich im Umgang mit ihr zu üben, sich zu trauen und hierdurch selbstsicherer und selbstbewusster in seinen Entscheidungen zu werden.

„Ich vertraue meiner Intuition und gebe ihr mehr Bedeutung“.

■ Visionen

In der Branche der Augenoptiker hatte der Kunde vor einigen Jahren noch das Gefühl etwas Individuelles zu bekommen. Etwas, das auf seine Bedürfnisse zugeschnitten war und er sich in seiner Individualität bera-

ten fühlte.

Brillen kosten mittlerweile viel mehr als Hightech Plasmafernseher. Viele Fluggesellschaften bieten jedem an, für einen minimalen Aufwand mal schnell in alle Metropolen Europas zu fliegen. Wie soll der Kunde hier noch Wertigkeiten differenzieren?

Das Gespür für Qualität und Werte ist vielen Menschen verloren gegangen. Auf der Suche nach dem was sie brauchen ging das Interesse an der Fachberatung zurück und der Kunde entwickelte die Freude nach Angeboten zu stöbern. „Geiz ist geil“, hieß es.

Jedoch untersteht der Zeitgeist immer der Veränderung. „Geiz ist out“, heißt es zunehmend; Fachkompetenz und Qualität sind wieder mehr und mehr gefragt. Forschungsinstitute und Wirtschaftsbarometer bestätigen dies.

„Geben sie sich Raum für Ihre Visionen, neue Möglichkeiten“.

Viele Unternehmer sind auf der Suche nach ihrem individuellen Auftreten, ihrem individuellen Weg und dieser beginnt in ihnen selbst. Auf diesem Weg geht es um die Verwirklichung der aufgeführten Aspekte. Sind diese vom Unternehmer klar definiert und in seinen Handlungen berücksichtigt, kann jeder sich und seine Produkte überzeugend präsentieren sowie ein erfolgreiches Unternehmen führen.

Kontakt:
Monra Consulting
Christoph Engelberg
Rotter Straße 17
53773 Hennef
Fon.: 0163 – 2426885
Mail: business@monraconsulting.com
www.monraconsulting.com

Thema DIENSTLEISTUNG

Prof. Dr. Anna Nagl

Dienstleistungsmarketing

in der Augenoptik – ein Ratgeber für die Praxis

16,90 €

inform Broschüre Nr. 16, 70 Seiten mit vielen Grafiken

inkl. ges. MwSt., zzgl. Porto u. Verpackung · ISBN 978-3-922269-55-7

DOZ
VERLAG

Postfach 12 02 01
69065 Heidelberg

Tel: +49(0)62 21-90 51 70
Fax: +49(0)62 21- 90 51 71

www.doz-verlag.de