
BUCHTIPP: 33 SOFORTMASSNAHMEN

33 Sofortmaßnahmen gegen die Krise -

Wege für Ihr Unternehmen

von Hermann Simon

Mai 2009

24,90 €

Das Schlüsselwort in Prof. Dr. Simons neuem Buch lautet „Sofortmaßnahmen“. Anschaulich beschrieben werden 33 Maßnahmen, die sich schnell umsetzen lassen und sofort wirken. Darauf kommt es in der Krise an. Schnell muss es gehen! Dass Simon es damit ernst meint merkt man auch daran, dass er das 204-seitige Buch in weniger als 40 Tagen geschrieben hat (und wir keinen einzigen Tippfehler entdeckt haben!).



Wichtig ist auch: Die aktuelle Weltwirtschaftskrise ist eine Absatz- und keine Kostenkrise. Deshalb reichen Kosteneinsparungen alleine nicht aus. Der Überlebenskampf wird an der Absatz- und Umsatzfront ausgetragen. Die üblichen Rezepte versagen!

Die Kunden sind extrem verunsichert und verweigern den Kauf. Aber wer die veränderten Kundenanforderungen besser versteht und dazu passende Lösungen bietet, der kann aus der Krise sogar Vorteile ziehen. Denn Marktanteile werden nicht in guten Zeiten neu verteilt, sondern in schwierigen Marktphasen! Jetzt!

Das Buch gibt Unternehmern und Managern aller Branchen konkrete Mittel und Wege für den Kampf gegen die Krise an die Hand und veranschaulicht diese anhand von 32 Abbildungen. Es werden 33 Sofortmaßnahmen vorgestellt und anhand zahlreicher Fallstudien aus kleinen und großen Unternehmen praxisnah erläutert. Die Kapitel im Überblick:

1. Kapitel: Diagnose der Krise

Wir haben eine Absatz-, keine Kostenkrise! Unterschiedliche Branchen sind verschieden stark davon betroffen (wobei Simon im Einzelnen 13 Produkt- und Dienstleistungskategorien betrachtet).

2. Kapitel: Was (nicht) gegen die Krise wirkt

Keine Soforthilfe sind Wachstumsstrategien wie Produktinnovationen, Markterschließungen, Diversifikation, Akquisition, vertikale Integration, radikal neue Geschäftsmodelle, Höherqualifizierung der Mitarbeiter. Schnell muss es gehen, wenig kosten und sofort seine Wirkung entfalten!

3. Kapitel: Kosten intelligent senken

Empfehlung: Kostentreiber verstehen, viele Kostenparameter angehen, Insourcing nutzen, nicht an den falschen Stellen sparen (z.B. an der Marke!).

4. Kapitel Sofortmaßnahmen bei veränderten Kundenbedürfnissen

- 01: Geben Sie ungewöhnliche Garantien!
- 02: Vereinbaren Sie eine „Probezeit“ für Maschinen!
- 03: Akzeptieren Sie erfolgsabhängige Bezahlung!
- 04: Kommunizieren Sie harte Vorteile!
- 05: Spielen Sie Ihre Finanzkraft aus!
- 06: Akzeptieren Sie Tauschgeschäfte!
- 07: Werben Sie Kunden von angeschlagenen Konkurrenten ab!
- 08: Entwickeln Sie neue Geschäftsmodelle!

Kapitel 5: Sofortmaßnahmen für Vertrieb und Außendienst

- 09: Steigern Sie Ihre Vertriebsleistung!
- 10: Erhöhen Sie die Kernvertriebszeit!
- 11: Steuern Sie Kundenbesuche differenzierter!
- 12: Stärken Sie den Direktvertrieb!
- 13: Erschließen Sie neue Kundensegmente!
- 14: Loben Sie Sonder-Incentives aus!
- 15: Setzen Sie Innendienstler im Vertrieb ein!
- 16: Werben Sie Verkäufer von der Konkurrenz ab!
- 17: Streuen Sie Top-Verkäufer-Kompetenz breit!
- 18: Verstärken Sie das Cross-Selling!
- 19: Erweitern Sie das Vertriebssortiment!

Kapitel 6: Sofortmaßnahmen für Angebots- und Preispolitik

- 20: Reduzieren Sie Ihre Angebotsmenge!
 - 21: Senken Sie Ihre Preise intelligent!
 - 22: Geben Sie Natural- statt Preisrabatte!
 - 23: Setzen Sie nichtlineares Pricing und Preisbundling ein!
 - 24: Verteidigen Sie Ihre Preise mit Zähnen und Klauen!
 - 25: Erhöhen Sie ausgewählte Preise unter dem Radar der Kunden!
 - 26: Bereinigen Sie Ihren Rabattdschungel!
 - 27: Berechnen Sie bisherige Inklusivleistungen separat!
- Aber: Vermeiden Sie unbedingt Preiskriege!

Kapitel 7: Sofortmaßnahmen für Service und Dienstleistungen

- 28: Vertiefen Sie Ihre Wertschöpfungskette durch angereicherte Serviceangebote!
- 29: Erhöhen Sie den Anteil der Kunden mit Serviceverträgen!
- 30: Werden Sie vom Produkt- zum Systemanbieter!
- 31: Erhöhen Sie Ihre Serviceflexibilität!
- 32: Schalten Sie vom Erstmarkt auf den „Aftermarket“ um!
- 33: Entwickeln Sie innovative Serviceangebote!

Kapitel 8: Umsetzung der Sofortmaßnahmen

Gravierende Fehler vermeiden, Sofortmaßnahmen mit Hilfe eines Scoring-Modells anhand von 7-10 Kriterien auswählen, konkretisieren unter Einsatz schneller Methoden (z.B. Expertengespräche), in beschränktem Umfang ausprobieren und zeitnah überprüfen.

Kapitel 9: Was kommt nach der Krise?

Ein teilweise gespenstischer, zugleich äußerst realistischer Ausblick in die Zukunft. Es bleibt spannend!

Ganz zum Schluss heißt es noch: „Das beherzte Ergreifen und Umsetzen der 33 Sofortmaßnahmen wird die Krise nicht aus der Welt schaffen, aber den Schaden in Grenzen halten. Und genau das kann den Unterschied zwischen Sein und Nichtsein eines Unternehmens ausmachen.“ Recht hat er. Dieses Buch hilft dabei. Definitiv!

Karsten Kilian

Kontakt: Dipl.-Kfm. K. Kilian
Sonnenhalde 7
97922 Lauda-Königshofen

Tel.: 09343 / 50 90-31
Fax: 09343 / 50 90-32

Mail: kilian@markenlexikon.com
Web: www.markenlexikon.com