

UNTERNEHMENSBERATUNG
ERICH SINZ
Robert-Koch-Str. 5
30952 Ronnenberg

Telefon: 0511-26 26 58 00
Telefax: 0511-26 26 58 01
E-Mail: beratung@erich-sinz.de
Internet: www.erich-sinz.de

PRO TRADE

Spezielle Konzeptionen für den Einzelhandel. Der innovative Weg als Antwort auf Marktveränderungen.

„Die Standortbestimmung im Markt“

Wir stehen vor einer Zukunft, die schneller, überraschender und neuer auf uns zukommen wird, als wir dies je erlebt haben. Entsprechend wichtig wird es auch sein, von Zeit zu Zeit eingespielte Verhaltensweisen mit dem Maßstab neuer Umweltbedingungen zu überprüfen und wo nötig, Verbesserungen anzubringen oder grundsätzlich neue Weichen zu stellen. Es gilt zunächst die eigene Positionierung festzustellen.

An welcher Stelle steht das eigene Unternehmen? Wie schärfen wir unser Firmenprofil?

„Unternehmer sein heißt:
eine differenzierte Sicht der Zukunft zu haben“

Zum Unternehmergeist gehört auch die Bereitschaft, Risiken einzugehen. Große und kleine. Denn wer nichts wagt, kann auch nicht gewinnen. Aber gute Unternehmer gehen nur kalkulierbare Risiken ein.

Jeder Unternehmer entwickelt seine eigenen Visionen. Ein Mensch ohne Vision ist wie ein Konzept ohne Idee.

Aber welche Vision ist die richtige?

„Eine gute Geschäftsidee ist eine gute Basis
... aber keine Erfolgsgarantie“.

Erfolg hängt immer vom Zusammenspiel mehrerer Faktoren ab. Erfolg ist das Streben nach Überlegenheit. Wir müssen ständig dafür Sorge tragen, ein klein wenig, aber deutlich erkennbar, besser zu sein als andere.

Welche Unternehmens-Philosophie verspricht den besten Erfolg?

„Ein Unternehmen ist so gut wie die Menschen,
... die darin etwas unternehmen“

Zu den wichtigen Unternehmer-Energien zählt auch das Humankapital. Humankapital bedeutet nicht Höflichkeitsfloskeln vor sich herzutragen, sondern Voraussetzungen zu schaffen, dass Menschen Bestleistungen erbringen können. Das moderne Personal-Management weiß, das Erfolgspotential „Mitarbeiter“ zu schätzen und zu entwickeln. Welchen Stellenwert nimmt das Personal-Management in Ihrem Unternehmen ein? Welcher Führungsstil und welche Führungsstruktur ist notwendig?

„Strategie als Grundlage für Erfolg“

Noch vor wenigen Jahren war die über Erfolg und Misserfolg entscheidende Bedeutung der Strategie in Wirtschaftswissenschaft und Bildungswesen unbekannt. Erst durch diese Entdeckung sind Praxis und Wissenschaft veranlasst worden, stärker über die Strategie nachzudenken, also die Art, wie wir unsere Kräfte und Mittel einsetzen.

Der kluge Unternehmer stellt sich die Fragen:

„Welche Strategie muss ich für mein Unternehmen entwickeln?“ „Wie geht es weiter?“

„In welcher Entwicklungsphase befindet sich Ihr Unternehmen?“

„Der Schlüssel für den Erfolg des Unternehmers ist die Dynamik und die Bereitschaft zu Innovationen“.

Schon die Praxis zeigt, dass nicht die Fleißigsten, Klügsten oder Kapitalkräftigsten am erfolgreichsten werden, sondern die besten Strategen.

Die Bedeutung der Leistungspolitik misst sich an der Innovationskraft für entdeckte Marktlücken und der Art und Weise der Marktbearbeitung.

Man unterscheidet zwischen Leistungskonzentration, Spezialisierung, Differenzierung und Diversifikation.

„Was kann ich für meinen Erfolg tun?“ „Welche Strategie ist für mein Unternehmen richtig?“

„Zukunft, Wachstum und Rentabilität sichern“

Die Entwicklung der Leistungskennziffern bestimmt die Rentabilität. Es ist jedoch wichtig zu unterscheiden zwischen Umsatz und Rendite. Denn nicht Umsatz (die reine Größe), sondern die Rendite (die Substanz) zählt. Viele Unternehmer unterliegen dem Trugschluß.

Wie kann Rendite erzielt werden?

„E i n z i g a r t i g k e i t
... als Grundlage für ein erfolgreiches Management“

Nur wenige Unternehmen kennen ihre Einzigartigkeit und sind durch ein gutes Marketing sowie Management in der Lage, dies zu verwerten.

Verwerten ist aber die Kunst der Unternehmensführung.

Welches Marketingkonzept entspricht dem qualifizierten Management?

„Geschäftspolitik und Verkaufs-Marketing
... bestimmen die Unternehmensstrategie“

In übersättigten Märkten und im knallharten Wettbewerb spielen Leistung und Qualität eine immer wichtigere Rolle. Immer höher steigen die Ansprüche und Forderungen auf allen Ebenen. Es verstärkt sich die Tendenz zu sinkender Kundentreue.

Wie kann ein umsichtiger Unternehmer den Markt-Veränderungen am besten begegnen?

„Von einem erfolgreichen Partner profitieren“

Sowohl Kunde als auch Lieferant bilden mit dem Unternehmen eine Partnerschaft und stehen damit im Leistungsverbund. Die gegenseitigen Erwartungen sollen erfüllt werden.
Welche Möglichkeiten stehen zur Verfügung?

„Wissen Sie, wie Ihre Kunden über Ihr Unternehmen
... und Ihre Wettbewerber denken?“

Das Image eines Unternehmens bildet einen existenziellen Faktor. Die Analysen darüber geben Ihnen die ungeschminkte Antwort.
Welche Analysen sind dafür notwendig?

„Entwickeln Sie Ihr Unternehmen in seinen Stärken“

Schwachstellen im Unternehmen bedeuten Entwicklungshindernisse. Analysieren Sie kritisch.
Welche Maßnahmen helfen dabei?

„Werbung ist ein Kostenfaktor.
... Werbung ist aber auch ein Motor.“

Werbung ist notwendig, für die Mehrzahl der Unternehmen sogar lebenswichtig.
Welche Werbung ist für das Unternehmen notwendig?
Wie wird Verkaufsförderung erfolgreich eingesetzt?

„Markt- und Wettbewerbsuntersuchungen sind eine
unerlässliche Pflicht für einen erfolgreichen Unternehmer.“

Es ist wohl selbstverständlich, dass ein Unternehmer seine Wettbewerber kennt und beobachtet. Der Markt verändert sich laufend und erfordert eine ständige Überprüfung.
Welche Wettbewerbsanalysen sind möglich und notwendig?

„Verkäufer müssen zur (Kauf-) Entscheidung führen“

Wie soll das aber gehen, wenn Verkäufer selbst keine Entscheidungskraft haben?

„Der Betriebsorganisation wird von vielen Firmeninhabern
... zu wenig Bedeutung beigemessen“.

Was bedeutet eigentlich Organisation und wozu ist Organisation erforderlich?

„Controlling dient als Frühwarnsystem
... für ein Unternehmen“.

Welche Kontroll- und Revisionsaufgaben müssen durchgeführt werden?

Das Spektrum der speziellen Konzeption für den Einzelhandel ist vielfältig und detailliert. Auf alle vorausgegangenen Fragen, und noch auf viele andere mehr, halten wir ein schlüssiges Unternehmenskonzept bereit. Aus unserer Berufserfahrung entwickeln wir innovative und praxisorientierte Konzepte mit Profil und Substanz.

Die Beratung /Konzeption umfasst die gesamten Komplexe:

- Unternehmer-Vision
- Unternehmer-Ziele
- Unternehmer-Aufgaben
- Unternehmer-Strategien
- Vertriebs-Marketing
- Organisations-Strukturen

Neugierig?

... dann Vorhang auf zu den Spezialisten für bewährte Marketingkonzepte.

Kontaktaufnahme?

... ganz einfach über unser Kontaktformular.

Nur wer gut informiert ist, kann davon profitieren.