

Der Management-Fokus: Auf welcher Grundlage treffen Sie strategische Entscheidungen?



Die Definition des Management-Fokus ist eine Grundsatz-Entscheidung für das Unternehmen, egal wie groß es ist und in welcher Branche es tätig ist. Der Management-Fokus stellt eine prinzipielle Sichtweise dar, die allen unternehmerischen Entscheidungen bewusst oder unbewusst zu Grunde liegt. In der Praxis haben sich vier verschiedene Ausrichtungen herausgebildet.

Der Kosten-Fokus bedeutet, dass das Unternehmen die Kostenführerschaft anstrebt. Meist ist dies verbunden mit der Preisführerschaft, denn man möchte der günstigste Anbieter auf dem Markt sein. Der Gewinn liegt dabei in der Masse. Als Händler braucht das Unternehmen im Umkehrschluss die günstigsten Einkaufskonditionen. Dienstleistungsanbieter müssen ihre Leistungen so standardisieren, dass sie möglichst vielen Interessenten gerecht werden können. Die Mitarbeiterfluktuation ist oft groß. Dieses System funktioniert solange, bis ein Wettbewerber noch günstiger anbieten kann.

Der **Produkt-Fokus** ist in Nordeuropa recht verbreitet. Hinter diesem Fokus steckt die Annahme, dass der Kunde bereit ist, für eine bessere Qualität auch mehr zu zahlen. Ziel ist es daher, stets die besten Produkte/Dienstleistungen anbieten zu können. Qualität und Innovation stehen im Fokus. Die Mitarbeiter sind meist stolz, in einem solchen Unternehmen zu arbeiten. Die Frage ist, ob es auf dem Markt wirklich genug potenzielle Kunden gibt, um wirtschaftlich arbeiten zu können.

Welchen Management-Fokus verfolgen Sie?

1. **Kosten-Fokus**
2. **Produkt-Fokus**
3. **Verkaufs-Fokus**
4. **Kunden-Fokus**

Oftmals gibt es nicht nur einen einzigen Fokus, sondern eine Mischung, allerdings mit einem eindeutigen Schwerpunkt.

Der **Verkaufs-Fokus** hat das Ziel, den Umsatz zu maximieren. Es zählen sofortige Ergebnisse. Unternehmen mit diesem Fokus betreiben oft intensive Werbung und haben ein aggressives Verkaufsverhalten. Die Kundenbindung bleibt dabei meist auf der Strecke.

Der **Kunden-Fokus** legt die Konzentration auf die Bedürfnisse der Kunden. Diese müssen zunächst erkannt werden, um dann erfüllt, ja möglichst sogar übertrumpft, werden zu können. Dazu ist der Aufbau von langfristigen Kundenbeziehungen unerlässlich.

Hinter dem Kunden-Fokus verbirgt sich nicht etwa Idealismus, sondern die Erkenntnis, dass

es einfacher ist, einem zufriedenen Kunden weitere Produkte zu verkaufen, als immer wieder Neukunden zu finden. Es geht darum, der Anbieter zu sein, der die Kundenbedürfnisse zu einem angemessenen Preis und zum richtigen Zeitpunkt am besten erfüllen kann. Die Vorteile liegen in einer hohen Kundenloyalität, der Reduktion der Akquisitionskosten und der langfristigen Planbarkeit der Umsätze und Gewinne. Dafür muss das Unternehmen in der Anfangsphase hohe zeitliche und finanzielle Investitionen in Kauf nehmen, denn der Kunden-Fokus ist ein langsamer Prozess, der auf Nachhaltigkeit baut.

Welchen Management-Fokus verfolgt Ihr Unternehmen? Welche Konsequenzen ergeben sich daraus für die Marketing-Planung? Das **BEITRAINING**[®] Seminar **BYB (Building Your Business**[®]) - **Strategische Unternehmensplanung** behandelt diese Themen ausführlich.

Zitat des Monats:

„Die besten Ideen kommen mir, wenn ich mir vorstelle, ich bin mein eigener Kunde.“

Charles Lazarus, Gründer Toys'R'Us



BEITRAINING auf der b2d Messe

b2d ist die Mittelstands-Messe für regional aktive Unternehmen. Mehr als 100 mittelständische Aussteller aus Stuttgart und Region freuen sich auf nachhaltige Gespräche und neue Kontakte – zusätzlich werden rund 800 Gäste aus Industrie, Produktion, Handwerk und unternehmensnahen Dienstleistungen erwartet. Profitieren Sie von guten Gesprächen sowie von hochkarätigen Vorträgen und Talkrunden mit Vertretern aus Politik & Wirtschaft. Wirtschaftsminister Pfister und Oberbürgermeister Dr. Schuster haben die b2d-Schirmherrschaft übernommen.

Seien Sie unser Gast. Besuchen Sie uns am Stand A38.

Weitere Infos erhalten Sie direkt bei uns unter 0711 339978910, im Internet unter www.dialogmesse.de oder telefonisch beim b2d-Team unter 0531-580490.



Hansjörg Schütz
Regional Training Center Manager
Stuttgarter Str. 30 (im Centrum 30)

70736 Fellbach

Tel.: +49 (0) 711/99 33 789 10
Fax: +49 (0) 711/99 33 789 90
Mobil: +49 (0) 175/41 94 99 3
E-Mail: hschuetz@bei-training.de