

Erfolg erzielen trotz Weltwirtschaftskrise!

Gabriele Böhm: „Wir müssen die Kauflust wieder steigern“

Wer sind eigentlich die Gewinner der Weltwirtschaftskrise? Auch in Krisen haben Unternehmen Gewinne erzielt! Sowie es auch in Wirtschaftswunderzeiten Pleiten gegeben hat. Ganz gleich wie die Bedingungen der Wirtschaft sich verändern, es gibt drei verschiedene Grundtypen von Unternehmen: Erstmal den Unternehmer, der den Flow der Wirtschaft braucht, um sein Unternehmen erfolgreich zu machen. Dann wiederum den Unternehmer, der trotz optimaler Wirtschaftsbedingungen sein Unternehmen nicht erfolgreich machen kann und zu guter Letzt den Unternehmer, der konjunkturunabhängig erfolgreich ist!

Mit der Veränderung der Konjunktur haben sich die Bedingungen geändert! Höher, schneller, weiter, führte in der Raumfahrt immer schon zum Verlassen der Umlaufbahn! Ähnlich ist es mit der Wirtschaft, auch hier haben die ständigen Forderungen der Investoren an ihre Investments – im Zusammenspiel mit dem working capital – Banken zu diesem Wirt-

schaftskollaps geführt! Was vor allem vielen noch nicht wirklich klar ist: Die Karre ist nicht im Dreck, wo wir mit Staatskrediten wieder rausfahren können, sondern die Karre ist ins Meer gefahren und versenkt worden! Da stellt sich die Frage, ob mit dem jetzigen Verhalten nicht dem schlechten Geld das gute hinterher geschmissen wird!

Was für jeden einzelnen Unternehmer jetzt wichtig ist: Wie kann ich trotz dieser Wirtschaftskrise meine eigene Konjunktur machen? Indem ich unabhängig von den Märkten, die am meisten von der Krise betroffen sind, Geschäftsfelder erschließe. Diese Geschäftsfelder sollten sich mit dem Zeitgeist oder auch Trend, der sich mit der Krise eröffnet hat (vielleicht hat sogar dieser Zeitgeist zu dieser Krise geführt) und wo das Vertrauen der Verbraucher jetzt zu finden ist, decken!

Erfolg erzielen

Mit diesen fünf Punkten können Sie trotz Weltwirtschaftskrise Ihre eigenen branchenunabhängige Konjunktur machen:

1. Wo ist noch Vertrauen zu finden? In den Verbrauchern? Wo und in was haben Kunden nach wie vor, trotzdem, gerade deswegen



Auch in Krisenzeiten werden Gewinne erwirtschaftet.

oder auf einmal Vertrauen? In Krisenzeiten kann man nur noch Hoffnung und Vertrauen verkaufen. Gekauft werden Dienstleistungen und Produkte, die dem Kunden genau das vermitteln.

2. Unabhängigkeit aufzubauen! Wer in seinem Geschäftsfeld in einer großen Abhängigkeit von einem bestimmten Markt ist, der nun eingebrochen ist, sollte mit seinem Know-how, schauen, wie

man unabhängig von diesem Markt Umsätze erzielen kann. Eine Marzipanfabrik hat in Kriegszeiten Munition hergestellt. Was könnte mein Unternehmen herstellen, ohne großartige Investitionen, um unabhängige Umsätze zu erzielen?

3. Nischenprodukte zu finden, die mich von der Krise unabhängig machen! Nischenprodukte haben eine Sogwirkung. Sie sind nur bei wenigen Herstellern zu finden. Was ist in meiner Branche schwer zu bekommen, obwohl es trotzdem wichtig ist? Bin ich in der Lage, diese Nische zu meiner Umsatzmaschine zu machen?

4. Kundenrecherche – Wie ist das Kundenprofil und die Kundenbewegung? Was kann ich den Kunden aus meiner Datenbank noch anbieten? Was habe ich für Kunden? Mehr Singles oder Paare, welche Bedürfnisse haben sie? Wie sind sie in ihrem Beruf belastet?

5. Neu-Kunden zu gewinnen und die Kauflust zu steigern, indem man die so genannten Sleepers weckt! Das gelingt, wenn man sein Geschäftsfeld mit etwas verbindet, was der Kunde niemals vermutet. Verlegen Sie bspw. eine Modenschau in ein Museum! Kunstinteressierte müssen sich nicht automatisch mit Mode be-

schäftigen und Modebewusste nicht mit Kunst. Die Verkaufstraining-Erfahrung zeigt jedoch, dass der Mensch an außergewöhnlichen Orten oder im Urlaub viel kaufstüchtiger ist als in der gewohnten Umgebung.

Erfolg trotz Krise, das ist möglich! Beobachten Sie Ihren Markt, Ihre Kunden und den Trend.

Zur Autorin



Mit mehr als 15 Jahren Erfahrung und etwa 150 Seminartagen pro Jahr gehört Gabriele Böhm, oft auch als multitalentiertere Querdenkerin bezeichnet, zu den erfolgreichsten Powerfrauen im Firmen- und Führungskräfte-Coaching. Weitere Informationen: www.gabriele-boehm.de

www.network-karriere.com