

Chancen in der Krise nutzen

Die Konsumenten verhalten sich zögerlich, verschieben Kaufentscheide und sie sind preisbewusster. Davon profitieren am meisten Unternehmer im Niedrigpreissegment. Doch wie verhält man sich, wenn man nicht in diesem Preissegment tätig ist? Wir möchten Ihnen Chancen aufzeigen und Sie auf vermeintliche Erfolgsfaktoren hinweisen, die mehr schaden als nützen.

„Wer in der Krise nur wenig Umsatz verliert, gewinnt Marktanteile von sich passiv verhaltenden Mitbewerbern.“ Agieren Sie deshalb aktiv, nutzen Sie Ihre Innovationskraft, steigern Sie die Wahrnehmung beim Kunden, erhöhen Sie die Reichweite Ihres Geschäfts und gestalten Sie Ihr Leistungsangebot attraktiver (krisengerechter).

Verkauf fördern, wo es Sinn macht

Wenn der Umsatz einbricht, reichen Kostensenkungsmassnahmen im Betrieb nicht aus. Mit Rabatten aller Art versucht man den Verkauf von hochqualitativen, teuren Produkte anzukurbeln. Neukunden werden mit massiven Preisnachlässen geködert. In der Krise ist dieses Preissegment eher nicht gefragt. Anstelle hochqualitative Produkte zu niedrigen Preisen anzubieten und so die Marge zu ruinieren, sollte man preisgünstigere Alternativen ins Angebot aufnehmen, die den aktuellen Kundenbedürfnissen entsprechen.

Preise differenziert anpassen

Im Handel können gezielte Aktionen sinnvoll sein, mit denen man bei den Kunden Spontankäufe fördert und wo vorhanden mehr Interessenten in den Laden bringt. Vor allem attraktiv verpackte Verkaufsaktionen, Konjunktur- und Innovationsrabatte oder Kundenbindungsprogramme, kommen beim Zielpublikum an. Zusätzlich hat man damit die Möglichkeit, mit seinen Kunden in Kontakt zu bleiben.

Eigene Innovationskraft nutzen

Wer selber Produkte herstellt, kann natürlich nicht so schnell mit neuen Produkten auf die sich ändernden Kundenbedürfnissen reagieren. Da lohnt es sich mit geeigneten Wartungsangeboten seine Kunden zu binden (siehe weiter unten).

Zusätzlich sollte man die Innovationskraft der eigenen Entwicklungs- und der Marketingabteilung nutzen. Abklären was wollen die Kunden und wie kann man die Kundenwünsche in neuen Produkten umsetzen. Welche Möglichkeiten gibt es, das Produkt ohne Qualitätseinbussen wirtschaftlicher herzustellen sind nur einige Aspekte um ein neues Produkt dann erfolgreich anbieten zu können, wenn es wieder aufwärts geht.

Mit Wartung Geld verdienen

In den Boomjahren wurde meistens das Servicegeschäft vernachlässigt, da man genug Produkte verkaufte. Viele Konsumenten und Firmen können sich jetzt eine Neuinvestition nicht leisten, sind aber bereit, die bestehenden Maschinen (Produkte) zu warten, um sie länger betreiben zu können. Wer da die richtige Dienstleistung anbietet, profitiert nicht nur vom Auftrag, sondern seine Chancen steigen beim Aufschwung den Zuschlag für den Verkauf eines neuen Produkts zu erhalten. Unterstützen Sie Ihre Kunden und offerieren Sie Ihnen ein Gerätecheck oder einer Wartung.

Steigern Sie die Wahrnehmung

Viele Betriebe reduzieren ihre Werbeausgaben. Dabei wäre es jetzt wichtig bei den Kunden, Lieferanten und Kreditgebern positiv im Gespräch zu bleiben. Vertrauen ist nicht nur bei den Banken wichtig. Wem würden Sie ihr Vertrauen schenken? Einem Betrieb von dem Sie nichts mehr hören oder den Sie als innovative Kraft im Markt wahrnehmen?

Kundenbindung vertiefen

Wann haben Sie das letzte Mal mit Ihren wichtigsten Kunden gesprochen? Fördern Sie die Kundenbindung. Sei es mit einem Brief, mit einem Anlass oder mit einem persönlichen Gespräch. Vor allem vergessen Sie bei Ihren Verkaufsaktionen ihre Stammkunden nicht.

Internes Optimierungspotenzial nutzen

Nutzen Sie die freie Kapazität Ihrer Mitarbeiter. Im Betrieb lassen sich Kosten sparen, indem Sie die Abläufe optimieren und das Potenzial der Mitarbeiter mit Weiterbildung verbessern.

Natürlich können wir Ihnen hier nur einige Aspekte möglicher Chancen in der Krise aufzeigen. Agieren Sie aktiv, steigern Sie die Wahrnehmung beim Kunden, nutzen Sie Ihre Innovationskraft, erhöhen Sie die Reichweite Ihres Geschäfts und gestalten Sie Ihr Leistungsangebot attraktiver.