



## **PCP-Newsletter 01/2021**

### **Im Firmenkundengeschäft zweistellig wachsen (Teil 3): Ein starkes Netzwerk als dritter Erfolgsfaktor**

Auch in Kleinst- und Kleinunternehmen hat der Inhaber drei Aufgaben zu erfüllen. Am Anfang ist jeder überwiegend in seiner Rolle als Fachkraft gefordert. Die beiden anderen Aufgaben – Unternehmer und Manager – erhalten im Laufe der Zeit aber eine zentrale Bedeutung für die zielorientierte Entwicklung des Unternehmens. Eine der drei Aufgaben des Inhabers nicht parallel zu erfüllen, hieße in der Natur einer Pflanze das Wasser, das Licht bzw. die Mineralstoffe zu entziehen oder nicht im ausreichenden Maße zukommen zu lassen. Für das Wachstum der Pflanze, wie auch des Unternehmens, hätte das gravierende Folgen.

#### **Eigene Erfahrungen für die Marktpositionierung nutzen**

Inhaber von Vermittlerbetrieben sind in bestimmten Fällen in der gleichen Ausgangssituation wie ihre Firmenkunden: sie sind auch als Unternehmer gefordert. Und da gibt es eine Reihe von Aufgaben, die unbedingt erledigt werden müssen. Themen, die bereits für ihr Unternehmen gelöst wurden, sind dafür der beste Ausgangspunkt. Erfolgreiche Vermittlerbetriebe stellen deshalb ihre Kundengewinnungsaktivitäten auf eine vollkommen andere Basis. Sie haben erkannt, dass die Klientel in vielen unternehmerischen Fragestellungen keine klare Vorgehensweise haben. Dieses Erkenntnis nutzen sie für den differenzierenden Aufbau einer starken Positionierung im Markt. Sie stellen ihren (potenziellen) Kunden ein Netzwerk ausgewiesener Profis zur Lösung bestimmter Themen zur Verfügung. Diesen dritten Erfolgsfaktor nennen wir „differenziertes Netzwerk“. Über die beiden anderen Erfolgsfaktoren haben wir bereits berichtet (s. PCP-Newsletter 02 und 05/2020).

#### **Für die unternehmerischen Herausforderungen ein Netzwerk von Experten aufbauen**

Schon im Erstgespräch in der Neukundenakquise ist es wichtig - als Differenzierungsmerkmal zum Wettbewerb – dieses Thema gleich prägnant anzusprechen. Es gilt herauszufinden, wo drückt dem potenziellen Kunden der Schuh besonders stark. Und sie werden erleben, wie der Gesprächspartner sich öffnet und erzählt. In ihrem Leistungsprofil haben sie die wichtigsten Themen aufgeführt. Exemplarisch wollen wir uns hier mit einigen Themen beschäftigen. In der Praxis sind aber noch viele weitere Ansatzpunkte möglich.

#### **Unternehmenszuschüsse zu Investitionsvorhaben**

Eine Schreinerei in Lünen will den Betrieb wegen erhöhter Nachfrage erweitern. Eine neue Produktionshalle soll gebaut werden. Die Gesamtinvestitionen betragen etwas mehr als



800.000 Euro. In diesem Fall können bis zu 30 Prozent der Gesamtkosten als nicht rückzahlbarer Zuschuss beantragt werden. In Kaiserslautern wollen zwei Gründerinnen einen Schmuckladen eröffnen. Die Investitionskosten betragen ca. 160.000 Euro. Es können in diesem Fall bis zu 20 Prozent als nicht rückzahlbarer Zuschuss beantragt werden.

Selbstverständlich sind diese Programme an gewisse Voraussetzungen geknüpft. Die Details muss man aber nicht wissen. Ein Hinweis an den Spezialisten aus dem Netzwerk ist vollkommen ausreichend. Der prüft dann die gegebenen Möglichkeiten. Aber 240.000 bzw. 32.000 Euro als Zuschuss für die Investitionen werden den Kunden überzeugen.

### **Fördermittel für spezielle Beratungen**

Fast alle Unternehmen der Zielgruppe haben Anspruch auf Förderung von allgemeinen oder speziellen Beratungen, von der digitalen Transformation bis hin zu einem Katalog vielfältiger Themen. Unter bestimmten Voraussetzungen gilt das auch für die Anschaffung von IT-Geräten. Mit 50 Prozent und mehr wird hier Unterstützung geleistet.

### **Umsetzung der Datenschutz-Grundverordnung in der Zielgruppe**

Der betriebliche Datenschutz ist keine einmalige Aktivität, sondern soll und muss von Zeit zu Zeit im Hinblick auf sich ändernde Rahmenbedingungen überprüft werden. Maßnahmen, Festlegungen und Datenschutzdokumentation sollten mindestens einmal jährlich geprüft – und soweit erforderlich – aktualisiert werden. Schon im Ersttermin sprechen Sie das Thema an und bei entsprechender Rückkoppelung zeigen Sie Muster Ihrer Unterlagen, wie z. B.:

- Das Verzeichnisse mit der Beschreibung neuer bzw. geänderter Verfahren
- Die aktualisierte Liste der Auftragsverarbeiter
- Die Auflistung und Auswertung von Betroffenenanfragen/Datenschutzvorfällen
- Aktuelles Verzeichnis der IT-Richtlinie im Hinblick auf geänderte Abläufe oder die Einführung neuer IT-Systeme (z.B. Microsoft 365)

Wie die laufende Datenschutz-Betreuung organisiert ist, können Sie an konkreten Beispielen aufzeigen. Ein gelungener Übergang zum Thema Cyber-Kriminalität ist damit geschaffen.

### **Notfall-Handbuch für Unternehmen**

Viele Unternehmer wissen längst, wie wichtig es sein kann, Vorkehrungen für den eigenen Ausfall zu treffen. Dennoch ist die Bereitschaft, sich mit diesem Thema auseinanderzusetzen, oftmals gering. Dabei kann das Unternehmen mit der richtigen Strategie und einigen praktischen



Schritten wirksam abgesichert werden. Um den Betrieb vor unnötigen Schäden zu bewahren, sollte es einen Notfallplan geben. Am Markt gibt es hervorragende und teilweise kostenfreie Software zu diesem Thema. Und wenn der Kunde, aus welchen Gründen auch immer, es nicht selbst tun will oder kann, verweisen Sie einfach auf Ihren Experten aus dem Netzwerk. Der Experte kann auch für diese Leistung ggfs. noch Fördermittel besorgen, was ein weiterer positiver Nebeneffekt wäre.

### **Woher die Experten nehmen?**

Diese Frage erscheint auf dem ersten Blick als besonders schwierig. Aber bei konkreter Betrachtung ist dies genau umgekehrt. Für all die hier beschriebenen Themen, die Sie als Unternehmer bereits bei sich erfolgreich umgesetzt haben, ist doch die „Blaupause“ bereits vorhanden. Für Themen, in denen Sie sich noch nicht so sicher fühlen, können Experten aus Ihrem Kundenkreis helfen. Falls nicht, am Markt gibt es etliche Dienstleister, die bei solchen Fragestellungen hervorragend unterstützen können. Sollten Experten zu den hier beispielhaft genannten Themen nicht zur Verfügung stehen, kann auch ein darauf spezialisierter Unternehmensberater ein solches Netzwerk aufbauen. Und, wenn gewünscht, kann er einige dieser Themen für Ihren Vermittlerbetrieb gleich mit lösen.

### **Aller Anfang ist schwer – man kann es sich aber auch leicht machen**

Wer die drei notwendigen Erfolgsfaktoren professionell beherrscht, hat die Voraussetzungen geschaffen, um in dieser Zielgruppe zweistellig wachsen zu können. Es ist dabei nicht so wichtig, wo der einzelne Vermittlerbetrieb heute steht. Viel wichtiger ist es, wo das Unternehmen morgen und übermorgen stehen soll. Dafür müssen aber die Weichen jetzt gestellt werden. Beginnen mit der Standortbestimmung zu den drei Erfolgsfaktoren ist das Gebot der Stunde. Wie die Expertise zu den Voraussetzungen aufgebaut werden kann, ist der nächste Baustein. Die Umsetzung in der Praxis ist dann der letzte Schritt.

Vermittlerbetriebe, die bei den hier beschriebenen Themen selbst noch Basisarbeit zu leisten haben, können trotzdem im Firmenkundengeschäft zweistellig wachsen. Als „Hausarbeit“ müssen die drei beschriebenen Erfolgsfaktoren dazu auf den Prüfstand. Mit einem erfahrenen und gut vernetzten Unternehmensberater an der Seite lässt sich dies in überschaubarer Zeit bewerkstelligen. Nur der Anfang muss gemacht werden.

Hartmut Pfaffinger  
Akkreditierter BVK-Unternehmerberater  
Experte für die Entwicklung von Vermittlerbetrieben