

Zeigen Sie Profil

Überlegungen zur Wiedergewinnung des goldenen Bodens im Handwerk

Viel gerühmt - jedoch in letzter Zeit nur schwer zu erreichen: Der sprichwörtlich goldene Handwerksboden. Liegt es wirklich an der Globalisierung des Wettbewerbs, an der sich immer weiter nach unten drehenden Preisschraube? NEIN - sagt der Handwerkstrainer Willibert Michels, denn er erlebt aus den Rückmeldungen seiner Schulungsteilnehmer genau das Gegenteil.

Der Kunde war noch nie so gut informiert wie zurzeit - über Preise, verbundene Dienstleistungen und innovative Produkte. „Zeigen Sie Ihrem Kunden, dass Sie genau dieses Wissen mit ihm teilen - aber vergessen Sie nicht, noch einen drauf zu setzen“, meint Willibert Michels. Fachwissen ist für ihn das Kapital des Fachmanns - verbunden mit neuesten Techniken und Produkten des Fachhandels und der Hersteller hat er den Informationsvorsprung in einer Breite, wie ihn der Kunde nur schwer erreichen kann. Der Beweis seiner Fachkompetenz, der Qualität und der Mehrwerte

des vorgeschlagenen Produktes stehe an erster Stelle, nicht der Preis. Damit sei der erste Schritt getan.

Nun heißt es nach den Worten des Managementspezialisten nur noch: Profil zeigen. Neu gegründete Betriebe wird es am gemeinsamen Markt immer geben. Michels gibt den Tipp, diese Unter-

nehmen nie als Konkurrenten zu bezeichnen, weil man sich damit auf deren Stufe stelle. Es seien lediglich temporäre Begleiter, „über die Sie froh sein sollten“. Ohne sie wäre es unmöglich, sich und seine Leistungen, seinen besonderen Service, sein Wissen, seine Kompetenz und seine jahrelange Erfahrung mit irgend jemandem zu vergleichen. Dazu



■ Zeigen Sie Profil, meint Willibert Michels, damit trete der goldene Boden im Handwerk zutage.

der Handwerkstrainer: „Präsentieren Sie Ihr Profil - schaffen Sie für Ihren Betrieb eine Handschrift, die unverwechselbar mit Ihnen verbunden ist.“ Den Rest würden jene Kunden übernehmen, die bereits überzeugt sind. Aktuelle Studien zufolge

generieren sich neue Aufträge zu 45% aus Kundenempfehlungen, nur 15% aus der Anzeigenwerbung und das Schlusslicht bildet die Internetpräsenz mit lediglich 3%.

Fehlt nur noch das Zeitmanagement: Zeit und Termintreue stellt auch und insbesondere für das Handwerk eine starke Herausforderung dar. Michels empfiehlt, dem Kunden das Gefühl zu geben, die wichtigste Person der Welt zu sein. „Stellen Sie sich der Herausforderung, immer Zeit für Ihren Kunden zu haben. Dann hat er auch Verständnis für die Probleme anderer“, so Michels. Wich-

tig sei ihm zu signalisieren, dass der Handwerker im Falle eines Notfalles ebenso schnell und zuverlässig zur Stelle sein wird wie bei einem langjährigen Stammkunden. Er müsse sich gut aufgehoben fühlen - „halt so, wie Sie es auch erwarten würden.“

Sind lediglich 60% der täglichen Arbeitszeit verplant, verbleibt genug Zeit für Unvorhergesehenes, neue Kunden und für die eigene Familie. So kann nach Einschätzung des Ausrichters von Fortbildungsveranstaltungen fürs Handwerk eine langfristig ausgerichtete, partnerschaftliche Kundenbeziehung die Basis auf einem durchaus ertragreichen, goldenen Boden sein.

Willibert Michels vertritt zum Thema Partnerschaften eine deutliche Meinung: „Allein gegen Alle“ funktioniere eigentlich nie. „Die Zusammenarbeit auf den verschiedenen Ebenen zum Nutzen aller Beteiligten fällt nicht vom Himmel, sie muss erst geschaffen werden.“ Ortsnähe, Qualität und Innovationskraft seien hier die Stärken der Zusammenarbeit. „Suchen Sie starke Mitarbeiter und Partner. Mit einem günstigen Neuling heben Sie Ihren Benefit nur unwesentlich, gefährden aber die Qualität und Existenz Ihrer Arbeit“, sagt Michels. Eine sorgfältige Auswahl des zukünftigen Partners sei wichtig - ob Energieversorger, Hersteller, Händler, Handwerksbetrieb oder Mitarbeiter. Er müsse die gleiche Sprache sprechen. Falls diese Grundvoraussetzung nicht gegeben ist, empfiehlt der Strategieexperte zu warten, bis er sich qualifiziert hat und Ihrem Anspruch entspricht. „Den goldenen Boden für das installierende Handwerk wird es immer geben“, sagt der Handwerkstrainer überzeugt. ■

© Internetinformationen:
www.handwerkstrainer.de