

4 Methoden zur Realisierung von Unternehmenswachstum



Das Wachstum von Unternehmen ist heute das Bestreben seiner Geschäftsleitung. Ohne Wachstum in den Bereichen Marktanteil, Gewinn und Umsatz sowie Verbesserungen in den Prozessen werden Unternehmen über kurz oder lang in Schwierigkeiten geraten.

Unternehmen müssen heute klar wachsen. Die vier Formen des Wachstums können heute wie folgt definiert werden:

Wachstum über Kauf von andern Unternehmen

- Ein Konkurrent wird übernommen. Ein Markt führendes Unternehmen in einem Zielmarkt wird übernommen. Eine andere Methode, die ebenfalls in diesen Bereich gehört, ist das Wachstum über Gründungen von Filialen in den Zielmärkten.

Wachstum durch Innovation

- Dank neuen Technologien und Verfahren werden neue Produkte und Dienstleistungen entwickelt und auf den Markt gebracht. Dank einer produktiven und innovativen Forschungs- und Entwicklungsabteilung kann damit das Wachstum über die Produkte-/Dienstleistungs-Vielfalt realisiert werden.

Wachstum über Prozess- und Kostenoptimierungen

- Tiefere Kosten und schlankere Prozesse führen zu höheren Gewinnmargen, was automatisch zu einem höheren Betriebsgewinn und somit Wachstum führt.

Wachstum über Kundenbeziehungen

- Unabhängig davon, ob ein Unternehmen gekauft werden kann, Innovationen auf den Markt kommen oder Prozesse verbessert werden können, ist Kundenbeziehungs-Management eine Form, welche ein kontinuierliches, gesichertes und stetiges Wachstum garantiert.

Wachstum über Kundenbeziehungs-Management ist sicher, nachhaltig und findet immer statt.

Das Kundenbeziehungs-Management als Wachstumsstrategie kann in jedem Unternehmen angewendet werden. Wer sich heute im Klaren ist, wie wichtig diese Strategie ist und in der Zukunft sein wird, muss die eigene Systematik überprüfen und sich fragen, ob der richtige Weg eingeschlagen wurde. **In vielen Unternehmen werden Kundenbeziehungs-Management (CRM) Prozesse immer noch sehr stark vernachlässigt.** Mitarbeiter mit Kundenkontakten agieren und reagieren nach nur unklar definierten Vorgaben. Prozesse, Schlüsselfaktoren und Steuergrößen fehlen an vielen Orten.

Aufgrund dessen, dass das Kundenbeziehungs-Management als die kontinuierlichste Form des Unternehmenswachstums gilt, konzentrieren wir uns in den nächsten Artikel ganz auf diese Prozesse. Wir zeigen auf, welche Funktionen im modernen CRM heute zu verfolgen sind. Wie die Prozesse und Schwerpunkte zu legen sind, damit wirklich auch Wachstum entsteht. Die Artikelserie ist praxisorientiert aufgebaut und soll Ihnen als Input für die eigene Praxis dienen. *Lorenz Aries*

optimAS steht für Unternehmenswachstum über/dank Kundenbeziehungs-Management CRM.

Kurz: optimAS - **Making Success Happen** - bedeutet: Der Erfolg findet bei Ihnen statt!

Durch das Verbessern, Gestalten und Realisieren der Marketing-, Vertriebs- und Verkaufsprozesse in Handel-, Fabrikations- und Dienstleistungs-Unternehmen sind seit der Gründung im Jahre 1988 tausende von MitarbeiterInnen und hunderte von Geschäftsleitungen mit dem optimAS-Konzept auf Erfolgskurs gebracht worden.

CRM bedeutet:

- Erfolgsfaktor Nr.1 beherrschen und laufend verbessern
- Ausrichtung auf die Kunden, welche uns den Ertrag erbringen
- Von der Strategie bis zur operativen Umsetzung die Ausrichtung des Unternehmens auf den Kunden trimmen.

Die von optimAS geprägte «Katamaran-Strategie» heisst:

- Rumpf 1 = Vertriebsprozesse
- Rumpf 2 = Marketingprozesse
- Segel = Strategie-Prozesse inkl. Selektion im Personalbereich für emotionale Arbeitsplätze.
- Persenning = IT-Lösungen, welche die Informationen, Prozesse und Mitarbeiter auch in dezentralen Strukturen zusammenhalten