

Profil



*„Die Zeit verwandelt uns nicht,
sie entfaltet uns nur.“*

In Deutschland tummeln sich fast 2 Millionen kleine und mittlere Unternehmen auf dem Markt. Warum hat die Welt gerade auf Sie gewartet?

„Wir sind flexibel.“ „Bei uns stehen die Kunden im Mittelpunkt.“ „Service wird ganz groß geschrieben.“
„Wir bieten Leistungen an, die uns am Herzen liegen.“
Wer verbirgt sich hinter diesen Aussagen?

Im Vergleich zu großen Unternehmen haben wir „kleinen“ kein Millionen-Budget für Werbung. Aber wir können punkten: mit flachen Hierarchien, schnellen internen Wegen und einer Spezialisierung. Vor allem aber: mit unseren individuellen Stärken, die viel mehr ins Gewicht fallen als bei großen anonymen Firmen.

Je kleiner eine Firma, desto mehr spielen

- die Persönlichkeit des Unternehmers,
- die Fokussierung auf spezielle Leistungen und Kundengruppen sowie
- eine Marketingstrategie, die effizient und passend ist eine entscheidende Rolle für den Erfolg.

Mit einem Laden, der irgendwie alles anbietet, in der Befürchtung, Kunden zu verlieren, gewinnen wir erst gar keine – und sind nur ein kleines Licht im großen Meer der Unternehmen, was wahrscheinlich sehr schnell erlischt.

Die folgenden Seiten sollen Ihnen Mut machen! Mut zur Klarheit und Mut zur Fokussierung.



Kennen Sie das Spiel „Bullshit-Bingo“?

Schau Sie sich Ihre Website, Ihre Flyer, Broschüren und was es sonst so über Sie gibt einmal an und streichen Sie auf der Bingokarte alle Begriffe durch, die bei Ihnen auftauchen.

kompetent	individuell	dynamisch
zuverlässig	kreativ	ideenreich
pünktlich	optimal/beste	effizient
engagiert	motiviert	Spezialist für ...
innovativ	flexibel	Ihr Partner
anders (aber ohne weitere Begründung)	„wir“ statt „ich“	vertrauensvoll/ vertrauenswürdig
Service/ servicebewusst	kundenorientiert/ Kunde im Mittelpunkt	hohe Qualität/ erstklassig

Quelle: www.unternehmenskick.de

In der Fülle von Anbietern ist es für potenzielle Kunden fast unmöglich, noch den Überblick zu behalten. Und gerade deswegen ist es für uns so wichtig, überlebenswichtig, unsere Besonderheit kommunizieren zu können. Warum sollen denn bestimmte Menschen und Organisationen mich/uns beauftragen? Warum bin ich/sind wir der oder die Richtige(n)?

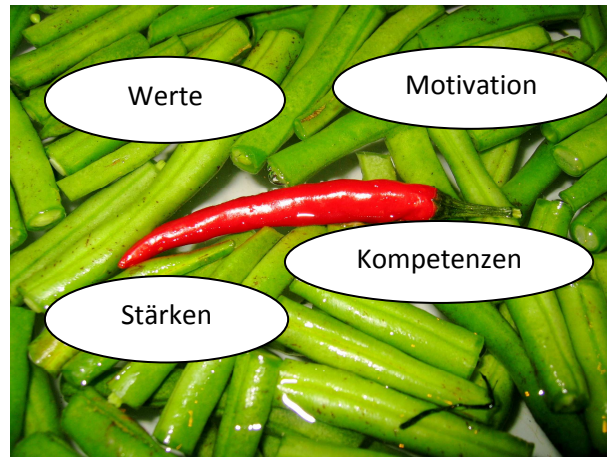
Und auch das ist nur eine Seite der Medaille. Ich möchte ja nicht nur überleben und eine gute Auftragslage haben, sondern vor allem ganz viel Freude und Zufriedenheit bei meiner Arbeit erleben. Diese tiefe Befriedigung kann ich nur erlangen, wenn ich genau das tue, was mir liegt, Spaß macht, was ich gut kann und wo ich einen wirklichen Sinn spüre und erkenne. Dann ist Arbeit auch nicht nur „Brötchen-Erwerb“, sondern ein erfülltes und erfüllendes Tätigsein im positivsten Sinne.

Schauen Sie sich bitte mal Ihren Firmennamen und Ihr Logo an. Welche Assoziationen könnte dies bei Ihren Kunden auslösen? Welche Wirkung erwarten Sie? Was sagt beides über Sie und Ihr Unternehmen aus?



Die „4“

Ausgangspunkt und stetige Basis bei der Unternehmensentwicklung sind Sie: Wie spielen Sie Ihre berufliche Rolle als der Mensch, der Sie sind. In der Einheit von persönlichen Stärken, fachlichen Kompetenzen und Erfahrungen, Motivationen und grundlegenden Werten und Zielen verkörpern und sind Sie eine ganz einzigartige und individuelle Persönlichkeit.



Motivation

Irgendwann, ob das nun schon viele Jahre her ist oder noch relativ frisch, haben Sie beschlossen, sich selbstständig zu machen und ein Unternehmen zu gründen. Was war denn Ihre ursprüngliche Motivation für diese Branche? Warum sind Sie Unternehmer geworden? Warum wollten Sie das tun, was Sie jetzt tun?

Es macht schon einen Unterschied, ob ich nun selbstständig bin, um viel Geld zu verdienen oder mehr Freiraum zu haben – zeitlich und bei meinen Entscheidungen. Manchmal hat auch der Frust über die vorherige Arbeitsstelle fast zwangsläufig in die Selbständigkeit geführt usw. Oder auch alles zusammen. Welche Ziele hatten und haben Sie denn grundsätzlich in Ihrer selbständigen Tätigkeit / als Unternehmer/in? Diese Frage nach dem „warum“ ist nicht nur die Basis Ihrer Entscheidung gewesen, sondern kann Ihnen immer wieder Antwort darauf geben, ob Sie in dem, was Sie gerade tun, auf dem „richtigen Weg“ sind.

Manchmal ist es so, dass man Aufträge annimmt und abarbeitet und erst geraume Zeit später feststellt, dass das gar nicht zu den eigenen ursprünglichen Zielen passt oder – im schlimmsten Fall – uns sogar davon wegbringt. Von Zeit zu Zeit ist der Balance-Akt zwischen Vision und Sicherheit nicht leicht zu bewältigen.

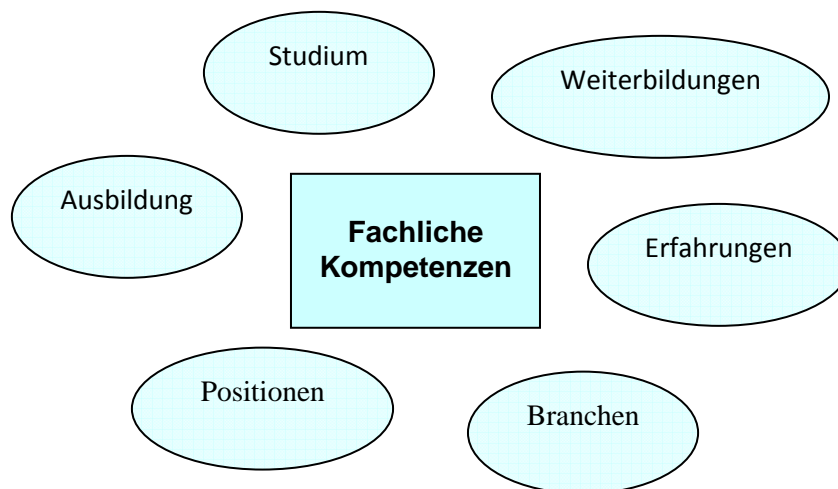
Was hat Sie dazu bewogen, genau dieses Business zu wählen? Gab es einen bestimmten Moment, in dem bei Ihnen ein Feuer entfacht wurde? War es einfach eine pragmatische Entscheidung? Haben Sie von anderen die Rückmeldung bekommen, dass Sie das gut können? Haben Sie vielleicht ein Vorbild? Wer sind Sie in Ihrem beruflichen Feld? Vielleicht finden Sie ein schönes Bild für sich.



Qualifikationen und Erfahrungen – fachliche Kompetenzen

Es gab ein Leben vor Ihrem Unternehmer-Dasein. Egal, ob Sie sich entspannt oder mit Frust davon verabschiedet haben: Sie haben viel gelernt, Erfahrungen gesammelt und Sie haben sich weiterentwickelt. Und auch in Ihrer Selbständigkeit haben Sie schon viel erlebt.

Welche fachlichen Kompetenzen haben Sie? Welche Ausbildungen, Studium, Qualifizierungen und Weiterbildungen haben Sie absolviert? Auf welchen Erfahrungsschatz können Sie zurückgreifen? In welchen Branchen, in welchen Positionen waren Sie schon unterwegs? Was hat Sie besonders geprägt? Was können Sie besonders gut?



Da kommt bestimmt eine Menge zusammen und das ist ein wunderbarer Fundus, mit dem Sie weiterarbeiten können. Denn die vielen Kompetenzen, die Sie haben, zeichnen Sie aus und machen Sie durchaus einzigartig. Wie dumm nur, dass Ihre Kunden mehr wollen. Nein, (vielleicht) nicht mehr Fachkompetenz. Sie wollen wissen, was sie davon haben, dass Sie das können.

Suchen Sie sich bitte zunächst drei, aus Ihrer Sicht wichtige und besondere, Fachkompetenzen heraus. Überlege Sie jetzt für jede einzelne fachliche Stärke: Warum ist es gut, dass ich das kann? Wie setze ich diese Kompetenz ein? Woran merkt mein Kunde, dass ich das kann? Wie und in welcher Weise profitiert er davon?

Möglicherweise gibt es in Ihrer Auflistung andere fachliche Stärken, welche die drei ausgewählten sinnvoll ergänzen - oder noch ganz andere Kompetenzen, die Sie auszeichnen. Es ist gut, dass Sie das können. Aber überlegen Sie bei jedem Punkt: Was haben meine Kunden davon?



Persönliche Stärken

Als Mensch greifbar zu sein – das ist der Vorteil von kleinen Unternehmen gegenüber großen, anonymen Firmen. Unser Charakter, unsere besonderen Eigenschaften und persönlichen Besonderheiten bereichern unsere Arbeit und machen vor allem das Bild rund, was wir unseren potenziellen Kunden gegenüber kommunizieren.

Was ist typisch für Sie? Was zeichnet Sie aus? – Ihre Persönlichkeit, Ihre Art der Kommunikation, Ihre Beziehungsaufnahme zu (potenziellen) Kunden, Ihre spezifische Arbeitsweise, Ihr Ideenreichtum, Ihre Pragmatik, Ihre spezielle Sichtweise auf Herausforderungen Ihrer Kunden...

Was fällt Ihnen besonders leicht? Was haben Sie schon immer gern gemacht? Wobei verlieren Sie die Zeit aus den Augen? Wofür bekommen Sie positives Feedback und Komplimente?

Was können Sie aus erfolgreichen Situationen reflektieren? Welche Schwächen haben Sie? – und welche positiven Aspekte stecken dahinter?

Was ist, Ihrer Meinung nach, Ihre größte persönliche Stärke? Was genau heißt das für Sie? Was gehört dazu? Wie können Sie diese Stärke bei Ihrer Arbeit nutzen? Was ist, in den Augen Ihrer Kunden, Ihre größte Stärke? Woher wissen Sie das? Was haben Ihre Kunden davon, dass Sie das können?

Die persönlichen Stärken bereichern Ihre fachlichen Kompetenzen und vermitteln Ihren potenziellen Kunden eine Vorstellung, ein Bild von Ihnen – und Sie werden greifbar als ein besonderer Anbieter unter vielen anderen Mitbewerbern.

Werte

Ihre Motivation für die Selbstständigkeit hat viel damit zu tun, was für Sie wichtig ist. Welche grundsätzlichen Ziele verfolgen Sie? Welche Ziele haben Sie beruflich und privat? Welche Werte leiten Sie? Bestimmt haben Sie ein paar Ansätze sehr präsent und können sich fragen: Was bedeutet dieser Wert für mich? Für welche Lebensbereiche hat er eine besondere Relevanz? Wie kann ich diesen Wert mit Leben erfüllen? Was tut mir gut? Was ist mir wirklich wichtig?

Habe ich das, was ich erreichen wollte, was ich mir erwartet habe, auch umgesetzt?

Bin ich momentan auf dem richtigen Weg?



Der Leuchtturm: Meine Mission

Nur wer einen klaren Ausgangspunkt hat und ein Ziel, kann bestimmen, wohin die Reise geht, und seinen Weg finden. Und nur wer selbst verwurzelt und verortet ist, kann frei entscheiden, kann gestalten und die Zukunft entwickeln.

Die letzte Herausforderung bei diesem Thema für Sie: die Verknüpfung der vier Aspekte. Ihre Motivation, fachliche Kompetenz, Ihre persönlichen Stärken und Werte verbinden sich zu einem Ganzen – Ihrer Mission.

Und auch an dieser Stelle sollen Ihnen Fragen auf die Sprünge helfen:

- Wofür stehe ich? Wer bin ich?
- Was bringe ich mit?
- Wie denke ich über mich als Selbstständiger / Unternehmen?
- Was ist mir wichtig?
- Was möchte ich verkörpern?
- Was zeichnet meine Arbeit aus?
- Welches Verhalten der Kunden ist mir wichtig?
- Welches persönliche Anliegen habe ich?
- Was möchte ich den Kunden vermitteln? (Was genau meine ich damit? Wie zeigt sich das? Was tue ich dafür? Warum ist mir das überhaupt wichtig?)
- Was kann ich einfach besonders gut?

