

WHITEPAPER: Die wichtigsten Faktoren, um als Unternehmer erfolgreich zu sein.

Urheberrecht: PALLAS CAPITAL Advisory AG, 1010 Wien, Schottenring 16/Top 153

Von der Geschäftsidee zum Markterfolg – so werden Sie zum erfolgreichen Unternehmer.

Die vier Säulen des Geschäftserfolgs

Um erfolgreicher Unternehmer zu werden, sollten Sie die vier folgenden Ratschläge beherzigen.

1. Lernen Sie Ihre Zielgruppe kennen

Es genügt nicht, dass Ihr Produkt irgendeine Funktion erfüllt. Um Ihre Zielgruppe von Ihrem Angebot zu überzeugen, müssen Sie sie genau kennen. Finden Sie heraus, welche Bedürfnisse und Erwartungen Ihre Kunden haben. Lassen sich Produkt und Service darauf zuschneiden? Hier können Marktstudien helfen. Aber noch besser ist es, wenn Sie über Netzwerke oder Foren direkt mit potenziellen Kunden in Kontakt treten können.

2. Seien Sie einzigartig

Wer auf Innovation, Produktentwicklung oder Expansion setzt, ist hier klar im Vorteil. Bei der Strategie der Marktdurchdringung können Sie sich nur durch eine ungewöhnliche Marketingstrategie oder mithilfe eines sehr hohen Werbebudgets von Ihren Wettbewerbern absetzen. Achten Sie bei der Namensgebung, dem Logo und dem Design auf einen hohen Wiedererkennungswert. Transportieren Sie mit Ihrem Slogan eine klare Botschaft. Bei Franchisesystemen sorgt der Franchisegeber für die Markenbildung.

3. Engagieren Sie ein kompetentes Team

Sie können nicht alles allein machen. Analysieren Sie Ihre eigenen Stärken und Schwächen und suchen Sie sich Mitarbeiter und Partner, die auch solche Bereiche abdecken können, die Ihnen weniger liegen. Ein gut aufgestelltes, motiviertes Team ist mehr wert als die Summe seiner Mitglieder.

4. Bauen Sie sich ein Netzwerk auf

Engagieren Sie sich in Foren und Netzwerken. Einerseits können Sie so Ihr Profil als Branchenexperte schärfen, andererseits können Sie sich mit anderen Gründern austauschen und möglicherweise gemeinsam schwierige Hürden meistern. 24 Von der Geschäftsidee zum Markterfolg – so werden Sie zum erfolgreichen Unternehmer

Durch effizientes Networking leichter ans Ziel kommen

Unternehmen entstehen nicht zum Selbstzweck. Sie wollen, dass ihre Kunden zufrieden sind, sie brauchen zuverlässige Lieferanten und motivierte Mitarbeiter. Es sind nicht die Zahnräder und Keilriemen in der Produktionsanlage, die den Betrieb zusammenhalten, sondern zwischenmenschliche Beziehungen. Deshalb ist es wichtig, dass Sie sich als Unternehmer ein wirkungsvolles Netzwerk aufbauen. Gerade bei Gründern kann ein gut gepflegtes Netzwerk entscheidend zum Geschäftserfolg beitragen, wenn Kontakte oder Empfehlungen zu lukrativen Aufträgen führen. Aber wie baut man sich ein solches Netzwerk auf? Effizientes Networking beginnt wie vieles im Unternehmerleben mit einer Strategie. Dabei sollten Sie die folgenden zehn Grundsätze beachten:

1. Legen Sie Ihre Ziele fest

Denken Sie bei der Zielbestimmung nicht nur an potenzielle Aufträge. Nutzen Sie die Plattform für Ihren Imageaufbau. Präsentieren Sie sich als Experte in Ihrer Branche und suchen Sie nicht nur den Kontakt zu potenziellen Kunden, sondern auch zu anderen Unternehmern. Durch den regelmäßigen Gedankenaustausch entstehen neue Ideen und Perspektiven. Aus vermeintlichen Wettbewerbern können Kooperationspartner werden.

2. Finden Sie das passende Netzwerk

Sofern es eines gibt, sollten Sie sich in Ihrem Branchennetzwerk engagieren. Möglicherweise kommt sogar mehr als ein Netzwerk für Sie infrage. So empfiehlt es sich beispielsweise als Gründer, sich mit anderen Gründern zu vernetzen, um regelmäßig über neue Entwicklungen in der Szene informiert zu bleiben. Oder gibt es vielleicht ein regionales Netzwerk, wo Unternehmer zusammenkommen? Beim Networking geht es um den Gedankenaustausch mit Gleichgesinnten. Verlassen Sie sich dabei nicht nur auf Onlinenetzwerke. Das Internet hat das Networking vereinfacht, aber Geschäftsbeziehungen leben von persönlichen Kontakten. Gehen Sie also regelmäßig zu Messen, Konferenzen und Diskussionsrunden.

3. Qualität geht über Quantität

Erfolg beim Networking bemisst sich nicht nach der Menge an Visitenkarten auf Ihrem Schreibtisch oder der Anzahl Ihrer XING-Kontakte. Vernetzen Sie sich gezielt mit Leuten, mit denen Sie sich tatsächlich regelmäßig austauschen möchten. Das können Menschen sein, die ähnliche Ziele verfolgen wie Sie selbst, oder potenzielle Geschäftspartner. 25 Von der Geschäftsidee zum Markterfolg – so werden Sie zum erfolgreichen Unternehmer Wichtig bei der Auswahl Ihrer Kontakte ist, dass Sie ein gemeinsames Thema verbindet. Informieren Sie sich und bereiten Sie sich gut vor, um bei Ihrem Gegenüber einen kompetenten Eindruck zu hinterlassen. Ein nachhaltiger Kontakt kommt nur zustande, wenn Sie Interesse bei Ihrem Gesprächspartner wecken können.

4. Erst geben, dann nehmen

Ein Netzwerk basiert auf Geben und Nehmen. Greifen Sie also nicht nur auf Ihre Kontakte zurück, wenn Sie etwas wollen. Überlegen Sie sich stattdessen, was Sie zum Netzwerk beitragen können. Wollen Sie mit Ihrem Expertenwissen Diskussionen voranbringen? Oder verfügen Sie über umfangreiche Kontakte und können die richtigen Leute zusammenbringen? Wer bereit ist zu geben, schafft Vertrauen. Und Vertrauen ist die Basis für eine gute Geschäftsbeziehung.

5. Pflegen Sie Ihr Netzwerk

Je besser Sie Ihre Netzwerkmitglieder kennen, desto fruchtbarer ist der Gedankenaustausch und desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich neue Perspektiven für Sie und Ihr Geschäft auftun. Netzwerkpflge ist zeitintensiv. Fokussieren Sie sich deshalb auf die Kontakte, die Ihnen wirklich wichtig sind. Hier sind Onlinenetzwerke eine große Hilfe, aber organisieren Sie auch hin und wieder persönliche Treffen. Wer ein Netzwerk aufbauen will, kommt heutzutage nicht mehr an Social Media vorbei. LinkedIn, Facebook und Co. sind mittlerweile wichtige Marketinginstrumente geworden, die Ihrem Unternehmen helfen, eine Marktpräsenz aufzubauen und zu wachsen. Dabei können Sie Social Media auf unterschiedliche Weise nutzen.

6. Machen Sie Ihre Marke bekannt

Traditionelle Werbeträger wie Fernsehen oder Zeitungen verlieren immer mehr an Bedeutung. Der effektivste Weg, heutzutage eine Marke bekannt zu machen, sind Social Media. Gerade jüngere Generationen verbringen einen Großteil ihrer Zeit online. Und immer mehr Trends werden in den Social Media geboren. Um mehr Aufmerksamkeit zu wecken, binden Sie am besten Ihre Mitarbeiter in Ihre Social-Media-Strategie ein. Wenn nicht nur Sie oder Ihre PR-Abteilung Informationen über Ihr Unternehmen verbreiten, sondern auch Ihre Angestellten, erreichen Sie automatisch ein viel größeres Publikum.

7. Steigern Sie Ihre Umsätze

Es gibt zahlreiche Beispiele, wie Unternehmen über Facebook, Twitter oder Google+ ihre Umsätze steigern konnten. Finden Sie heraus, welche Netzwerke Ihre Kunden nutzen, 26 Von der Geschäftsidee zum Markterfolg – so werden Sie zum erfolgreichen Unternehmer und überlegen Sie, wie Sie durch besondere Aktionen das Interesse an Ihren Produkten steigern können.

8. Bieten Sie Kundenservice

Social Media verbinden Menschen. Nicht nur jüngere Zielgruppen erwarten heutzutage, dass sie mit Ihrem Unternehmen über Social Media in Kontakt treten können. Reagieren Sie auf Kommentare, Anfragen, aber auch auf Beschwerden zeitnah und freundlich und bauen Sie sich so einen treuen Kundenstamm auf.

9. Überzeugen Sie durch Thought-Leadership

Beteiligen Sie sich an Forumdiskussionen in professionellen Netzwerken, kommentieren Sie Entwicklungen in Ihrem Geschäftsfeld, teilen Sie relevante Internetartikel mit Ihren Kontakten und veröffentlichen Sie eigene Inhalte, die zeigen, dass Sie etwas von Ihrem Geschäft verstehen. Der Aufbau eines Expertenimages, auch Thought-Leadership genannt, ist eine Strategie, die Zeit und Arbeit kostet. Aber der Aufwand lohnt sich. Schließlich werden Sie besser von potenziellen Kunden wahrgenommen, was sich positiv auf Ihre Umsatzentwicklung auswirkt. Und auch Investoren bevorzugen Unternehmer, die in ihrem Geschäftsfeld angesehen sind. Thought-Leadership erleichtert Ihnen also auch die Gründungsfinanzierung.

10. Reden Sie über Ihre Erfolge

Ein technologischer Durchbruch, ein außergewöhnlich hohes Umsatzwachstum oder ein Firmenjubiläum sind Gründe zum Feiern. Teilen Sie Ihre Erfolgsgeschichten mit Ihren Kontakten in sozialen Netzwerken. Es ist eine gute Gelegenheit, sich bei Ihren Kunden zu bedanken oder die herausragende Arbeit Ihrer Mitarbeiter hervorzuheben. Ein Investor, der sich für Ihr Unternehmen interessiert, wird sich zunächst über eine Internetrecherche informieren. Gut, wenn Sie sich hier von Ihrer stärksten Seite zeigen.

TIPP: Sie müssen nicht in jedem Netzwerk präsent sein. Welche Netzwerke für Sie relevant sind, richtet sich nach Ihrer Zielgruppe. Suchen Sie sich die Kanäle aus, die am besten zu Ihrer Strategie passen. 27 Von der Geschäftsidee zum Markterfolg – so werden Sie zum erfolgreichen Unternehmer

Die wichtigsten sozialen Netzwerke für Unternehmer

1. XING

Die 2003 in Hamburg gegründete Plattform ist mit über 9 Mio. Mitgliedern das beliebteste Businessnetzwerk Deutschlands, Österreichs und der Schweiz.

2. LinkedIn

Deutlich größer und international ausgerichtet ist LinkedIn mit rund 360 Mio. Nutzern. Im deutschsprachigen Raum zählt LinkedIn immerhin knapp 7 Mio. Mitglieder. Wie bei XING geht es hier vor allem um Businesskontakte.

3. Facebook

Mit knapp 1,5 Mrd. Nutzern ist Facebook der Gigant unter den sozialen Netzwerken. Ursprünglich wurde das Netzwerk vor allem für private Zwecke genutzt. Aber mittlerweile haben auch viele Unternehmen die Vorteile erkannt, die eine direkte Kundenansprache über Facebook bringt. Flexible Werbemodelle machen Facebook für Unternehmen besonders attraktiv.

4. Google+

Das Netzwerk des Suchmaschinenhegemonen hinkt bei den Nutzerzahlen hinterher. Für Unternehmen kann ein Konto bei Google+ dennoch sinnvoll sein, denn die Plattform bietet viele Instrumente, die die Unternehmenskommunikation erleichtern.

5. Twitter

Weltweit nutzen angeblich rund 284 Mio. Menschen den Kurznachrichtendienst. Vor allem Journalisten sowie Politiker und andere Prominente nutzen die Plattform, um im Minuten- oder Stundentakt 140 Zeichen lange Mitteilungen zu versenden.

6. Flickr

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Insbesondere in vielen Lifestylebranchen, wie Mode oder Essen, spielen Fotos eine große Rolle in der Unternehmenskommunikation. 28 Von der Geschäftsidee zum Markterfolg – so werden Sie zum erfolgreichen Unternehmer Über Flickr können Sie Fotos effizienter verwalten und verbreiten als über die eigene Website.

7. Instagram

Noch eine Plattform, die auf Fotos setzt. Während bei Flickr die Fotoqualität im Vordergrund steht, ist Instagram mehr auf Interaktion und Einbindung in andere soziale Netzwerke ausgerichtet. Die Nutzer sind aktuell noch sehr jung.

8. YouTube

Jeden Monat besuchen mehr als 1 Mrd. Menschen die Videoplattform. Kein Wunder also, dass sich Unternehmen dieses Netzwerk zunutze machen, indem sie Imagefilme hochladen oder Videopodcasts einrichten, um Kunden Produktinformationen oder Anleitungen per Kurzfilm zu übermitteln.

9. WhatsApp

Bei diesem Nachrichtendienst können sich Kontakte gegenseitig Kurzmitteilungen, Fotos und Videos schicken. Die Nutzung ist deutlich persönlicher als bei Facebook, Twitter und Co. Hier geht es nicht darum, Ihre eigene Website über ein Social-Media-Profil bekannter zu machen. Dafür lässt sich WhatsApp prima im Kundenservice einsetzen.

10. Pinterest

In Österreich, Deutschland und der Schweiz hat sich Pinterest bislang noch nicht als bedeutende Marketingplattform für Unternehmen etabliert. Amerikanische Unternehmen nutzen die digitale Pinnwand sehr viel intensiver und generieren Traffic für ihre Websites. Pinterest ist etwas für Unternehmen, die ihre Produkte fotografisch sehr hochwertig inszenieren.