F·A·N·G

21 bewährte Best-Practice-Impulse,
damit Unternehmen aus der gegenwärtigen
konjunkturellen Krise gestärkt hervorgehen.
Und nicht untergehen.

Quelle: Analysen der qualifizierten Wirtschaftsmagneten und der Wachstums-Champions aus dem gleichnamigen prämierten Buch.

Eine Initiative der Wirtschaftsmagnet GmbH.

Mitarbeiter behalten.

Die Krise geht vorbei. Nutzen Sie Kurzarbeit, Überstundenabbau, Minusstunden, Urlaubstage. So können Sie mit einem loyalen und fachlich kompetenten Team sofort durchstarten, sobald der Spuk vorbei ist und es wieder losgeht.

Tipp 1

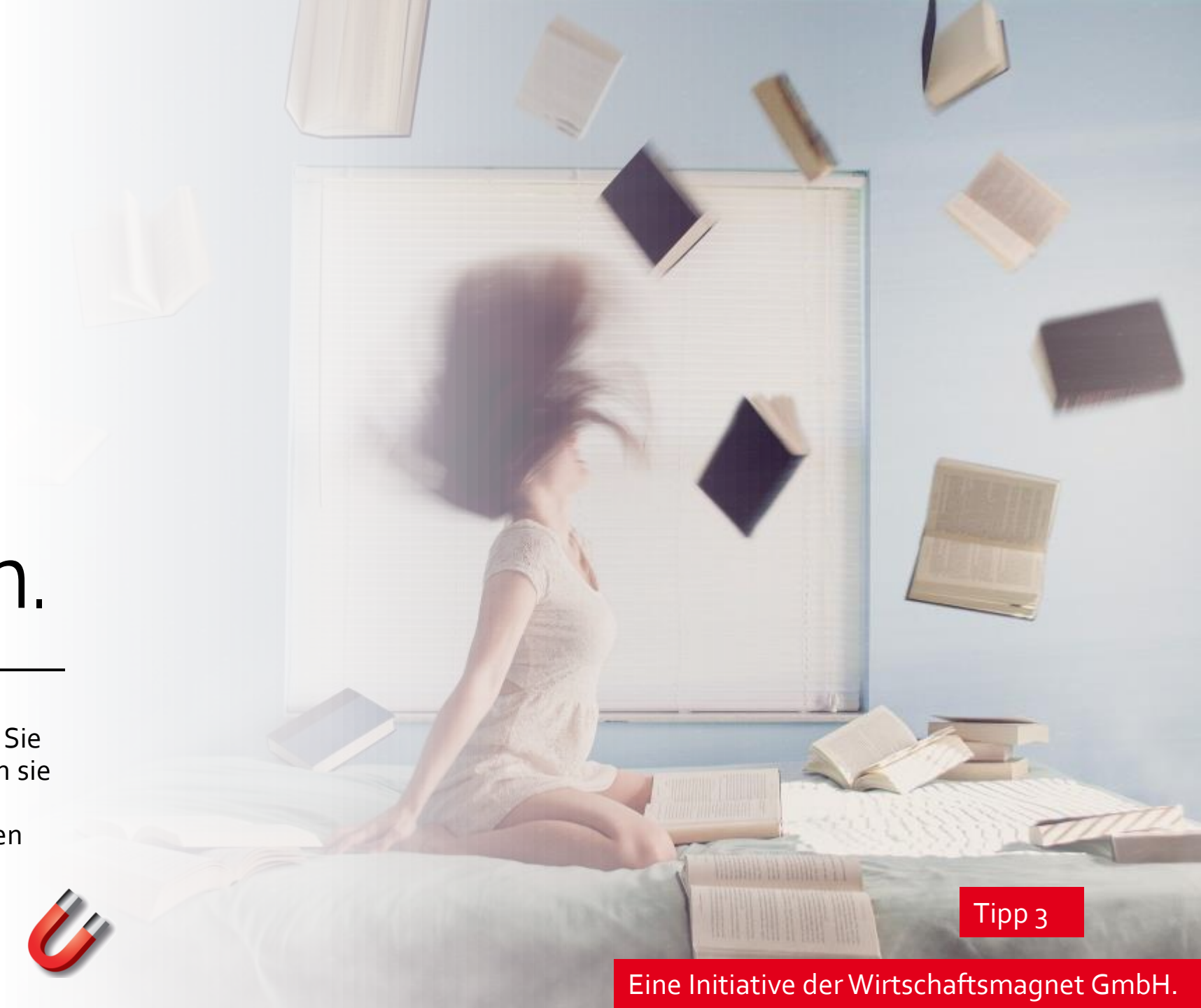
Innovieren.

Geben Sie sich und Ihrem Team ganz bewusst Zeit und Raum, Neues zu entdecken. Nutzen sie dazu auch Formate wie Hackathon, Design-Thinking, 24 Stunden-Meetings, TRIZ, Bionic-Lösungen oder den morphologischen Kasten.

Tipp 2

Weiterbilden.

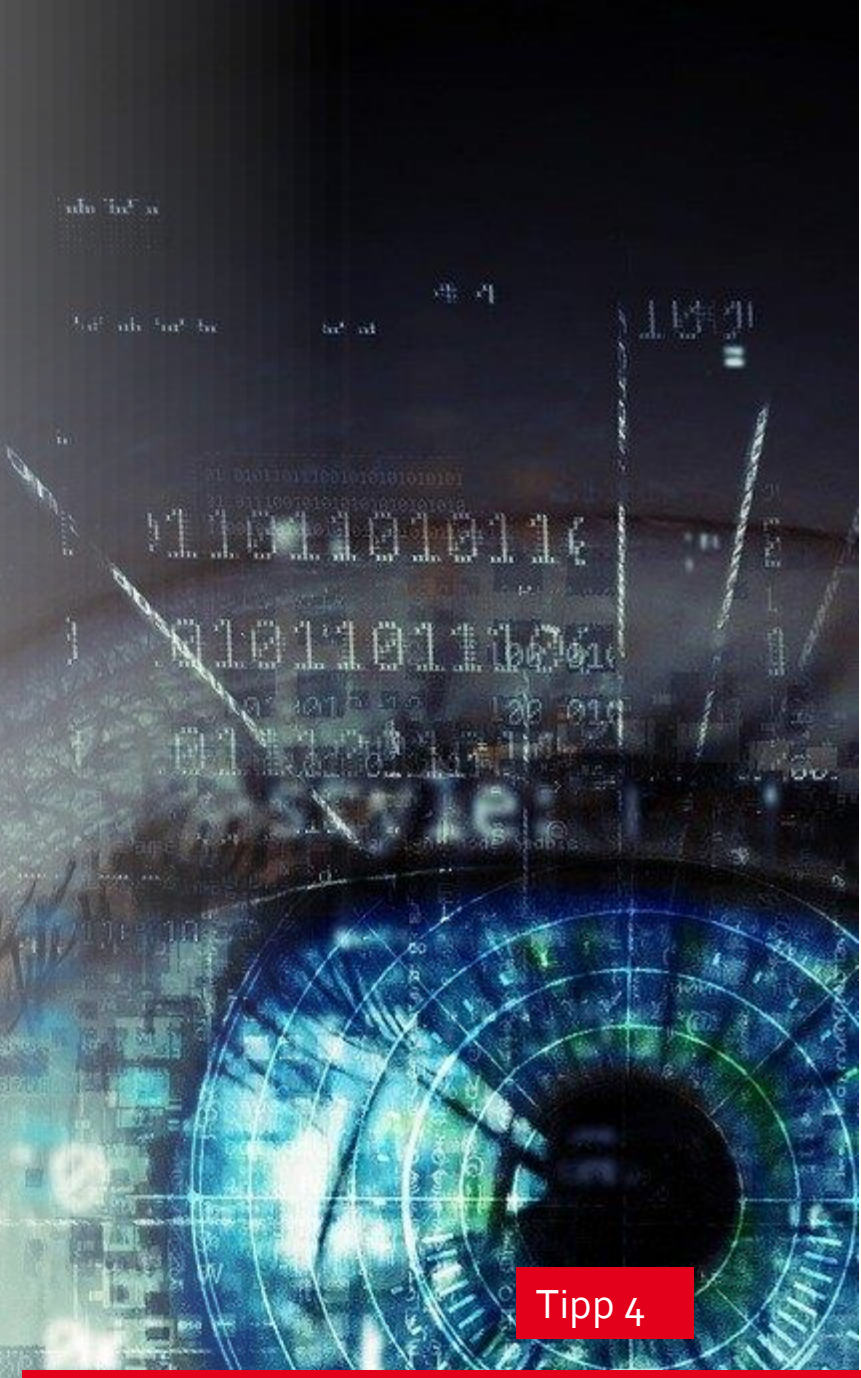
Ob inner- oder außerbetrieblich, machen Sie sich und Ihr Team noch fitter. Qualifizieren sie sich in den Themen, die Ihnen und Ihrem Unternehmen strategisch helfen. Die einen fachlich, die anderen methodisch und die dritten in der sozialen Kompetenz. So verschaffen Sie sich jetzt zusätzlich Wettbewerbsvorteile.



Tipp 3

Digitalisieren.

Denken Sie dran: In drei bis fünf Jahren kann die Hälfte Ihres (neuen) Umsatzes über digitale Angebote kommen. Ob Prozesse, Plattformen oder Produkte. Bauen Sie jetzt Ihren digitalen Weg zügig aus. So wird Ihr Unternehmen auch krisenunabhängiger.



Tipp 4

Agiler werden.

Das Buzzword agil ist in aller Munde. Doch, Sie sollten wissen, was es damit auf sich hat. Ihre Wettbewerber von morgen haben es drauf und neue Mitarbeiter erwarten es: schlagkräftige, eigenverantwortliche, interdisziplinäre Teams, die mit Tools wie Scrum, Sprints, MfP, OKR arbeiten.

Tipp 5

Kooperieren.

Müssen Sie wirklich alles selbst machen? Könnten Sie mit neuen Partnern nicht auch ganz andere Lösungen anbieten? Betrachten Sie Ihr Geschäftsmodell nüchtern aus der Vogelperspektive. Neue Partnerschaften können beflügeln. Fangen Sie parallel schrittweise an, um hineinzuwachsen.

Tipp 6

System-partnerschaft.

Was passiert beim Kunden bevor, während und nachdem Sie seinen Auftrag fertiggestellt haben? An welchen Stellen, bei welchen Prozessen könnten Sie sich einklinken und so für neue und bestehende Kunden noch interessanter werden?

Tipp 7

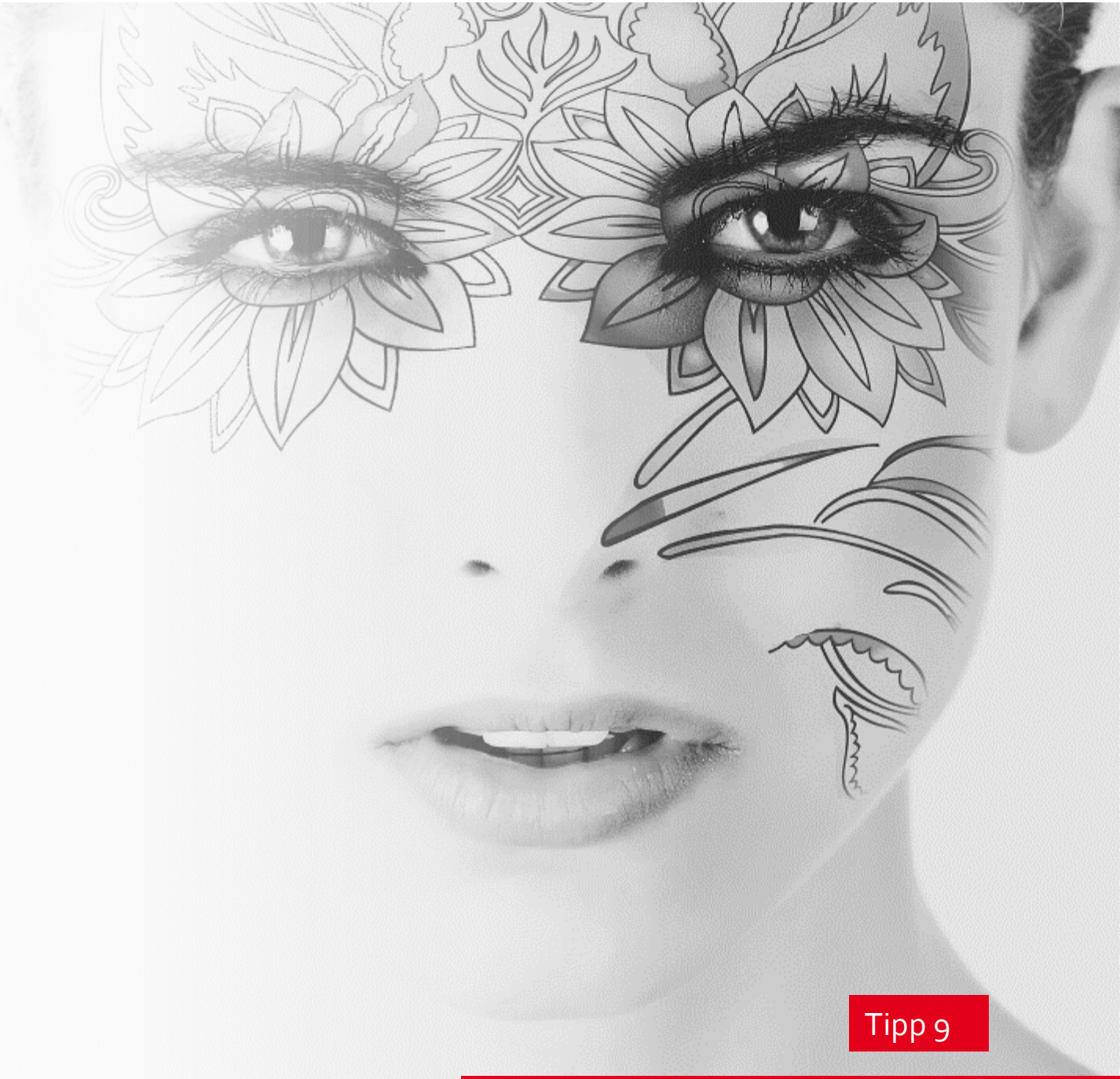
Perfektio-nieren.

Die letzten Jahre waren intensiv. Vieles lief gut und an vielen Stellen wurde ein Auge zugedrückt, weil die Kapazitäten fehlten. Machen Sie Frühjahrsputz: drehen Sie jeden Stein um und optimieren Sie Ihre Abläufe.

Tipp 8

Markieren.

Wenn BMW jetzt einen Logo-Relaunch macht, ist das kein Zufall, sondern bewusstes Timing. Denn jetzt kann man sich der Marken-Thematik einmal ganzheitlich annehmen. Von der Alleinstellung über das Leistungsversprechen bis hin zum Logo. Alles kommt auf den Prüfstand und wird, wo nötig, optimiert.



Tipp 9

Onlineshop pushen.

Wie attraktiv und gut genutzt ist Ihr Online-Shop heute? Nutzen Ihre Kunden diese Möglichkeit in dem Maße, wie es sinnvoll und effizient wäre? Sind Sie mit Ihrem Auftritt und Angebot bereits die Benchmark, das Aushängeschild Ihrer Branche? Falls nicht: was hindert Sie, es zu werden?

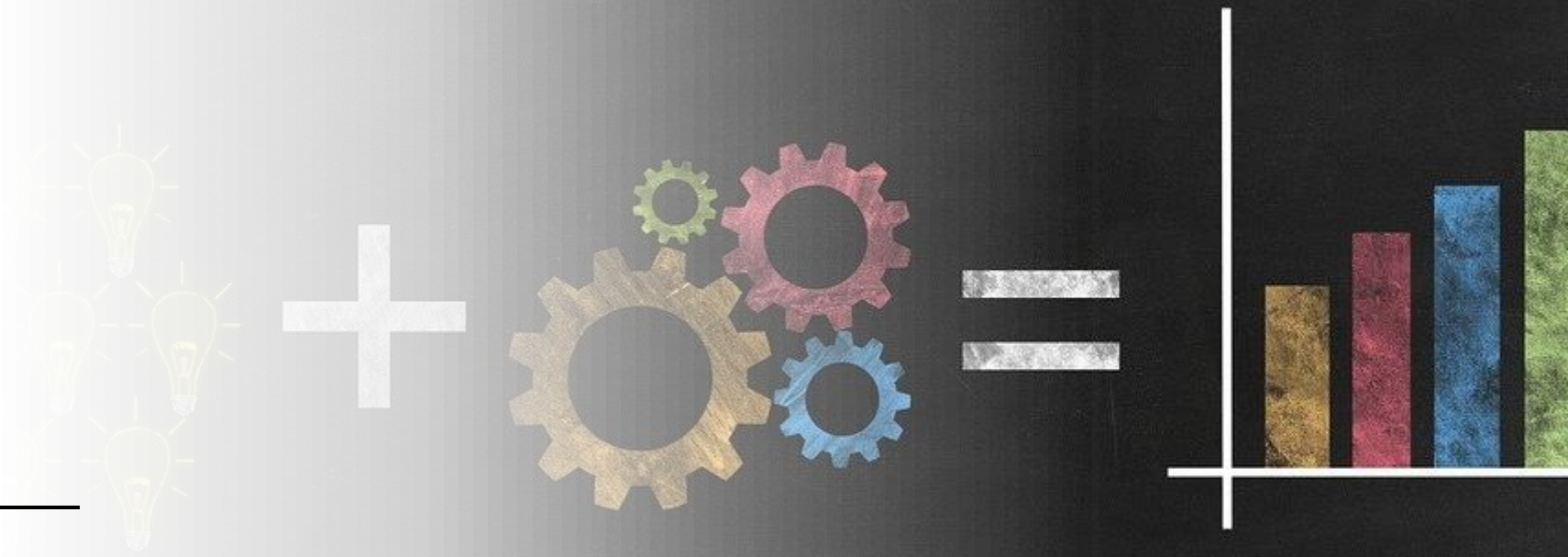
Tipp 10

Risiko managen.

Wenn Sie heute voll vom Nachfrageeinbruch getroffen werden, stimmt Ihr Risikomanagement vielleicht noch nicht. Gehen Sie einmal alle Risiken durch und machen Sie zu jedem Punkt einen Plan B. Was passiert, wenn…? Seien Sie nicht naiv. Ein Hackerangriff mit Erpressung gehört genauso ins Kalkül wie der Ausfall der gesamten Führungsebene.

Tipp 11

Strategie überprüfen.



Hat Ihre Strategie Power und Zugkraft? Stehen die angestrebte Marktposition und der EBT dabei im Fokus? Kennt wirklich jeder im Unternehmen die angestrebten Eckpfeiler. Sind Sie sicher, dass alle dafür brennen und arbeiten – was macht Sie so sicher?

Tipp 12

Start-ups pitchen.

Viele Unternehmen suchen den Kontakt zu Start-ups, um einerseits zu sehen, was sich am Markt tut, und sich andererseits durch eine Kapitalbeteiligung Know-how zu sichern. Suchen Sie jetzt Kontakt zu diesen Unternehmen und den dafür nötigen Kanälen.

Tipp 13

Strategische Partner suchen.

Die Werbeagentur, das IT-Unternehmen, der Personalberater, die neuen, vielversprechenden digitalen Cloud- und App-Lösungen. Suchen und probieren Sie jetzt Ihre Alternativen für die Zukunft aus.

Tipp 14

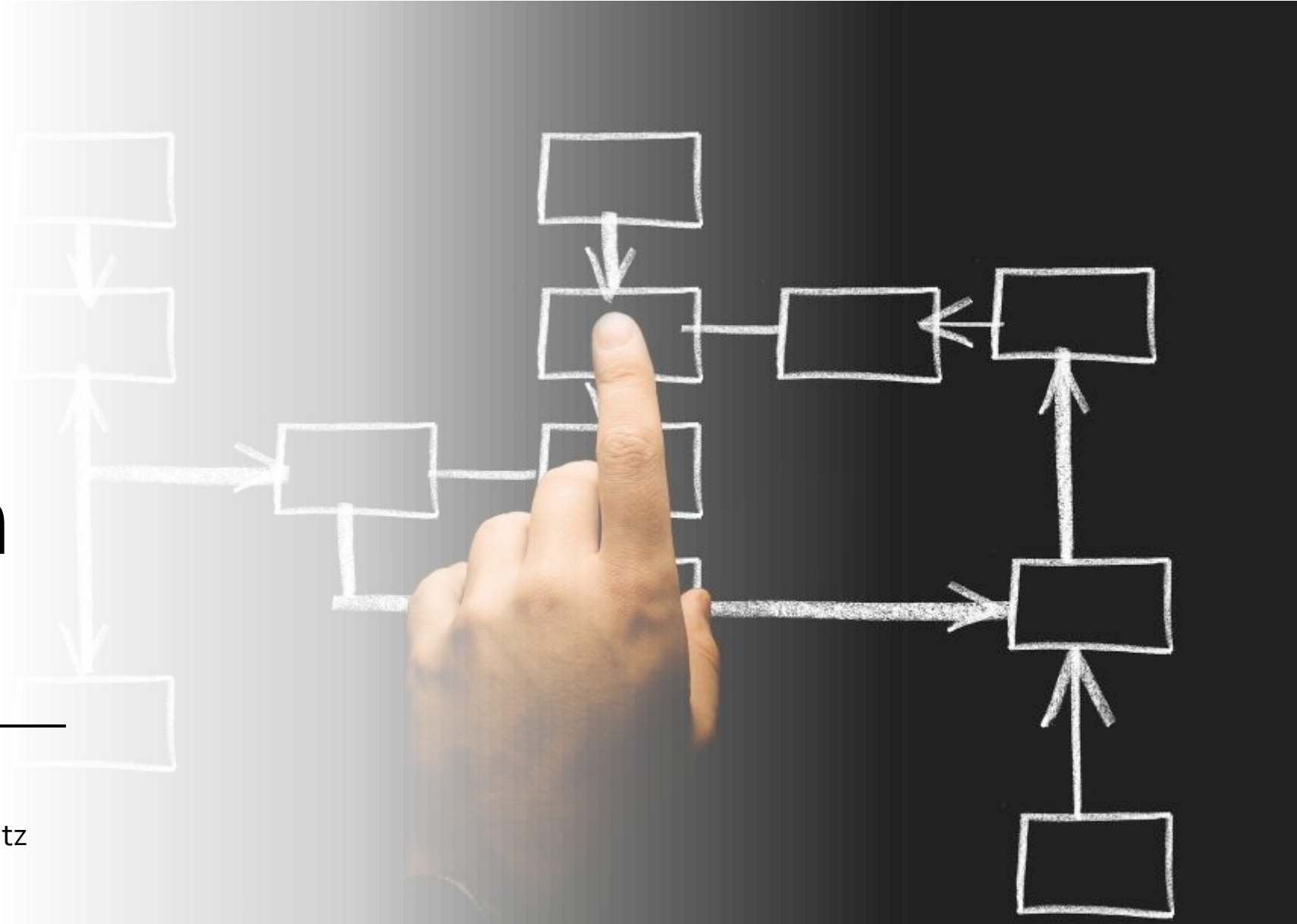
Luxus.

Qualität, Edles und Teures ist zeitlos. Positionieren Sie Ihr Produkt, Ihre Dienstleistung unter einer Zweitmarke im hochpreisigen Segment. Damit geben Sie sich die Chance, neue Kunden mit höherer Wertschöpfung zu gewinnen.

Tipp 15

Organisation straffen.

Der Profit-Center-Gedanke lebt. Jede Abteilung muss Werte schaffen und Umsatz erwirtschaften. Ob Vertrieb, Entwicklung oder Personalwesen. Entwerfen Sie gemeinsam Umsatzziele und lassen Sie die Teams loslegen. Die einen nach innen, die anderen nach außen. Wer besteht den Markttest?



Tipp 16

Paradox fragen.

Was müssen wir tun, um zu scheitern? Was müssen wir tun, um nicht zu wachsen? Was müssen wir tun, um schlechter zu werden als der Wettbewerb? Suchen sie Ihre Anleitung zum Misserfolg. Und dann befreien Sie sich von den Dingen, die Ihnen nichts nützen.

Tipp 17

Markt neu aufrollen.

Worin besteht Ihre Marktführerschaft? Wie merken das die Kunden? In welchen Segmenten sind Sie bereits führend? Wie müssen Sie Ihre Märkte definieren, um eine führende Rolle einnehmen zu können. Wie knacken Sie diese Märkte? – Nutzen Sie die Zeit, um zu überlegen, wo und wie Sie die Nr. 1 werden und bleiben.

Tipp 18

Website optimieren.

Aufräumen, entrümpeln, modernisieren und aktualisieren. Stimmen die Keywords, sind Sie in den sozialen Medien als Arbeitgeber und Geschäftspartner attraktiv genug vertreten? Funktioniert Ihre Lead-Generierung und wirkt Ihre Landingpage?

Tipp 19

Prototyp entwerfen.

Entwickeln Sie mit Ihrem Hauptkunden ein visionäres Konzept für Ihre heutige Problemlösung, sprich Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung. Setzen Sie die ersten Bausteine hierzu in 100 Tagen um. Dann haben Sie nicht nur Ihren Kunden noch enger im Boot, sondern die Basis für die serienreife Lösung von übermorgen.

Tipp 20

Online bleiben.

Die Corona-Krise zeigt, dass Kommunikation auch online funktioniert, ohne große Reisen. Machen Sie sich auf den Weg Ihre Kommunikation digitaler und damit nachhaltiger zu gestalten – Bauen Sie diese wertvolle Alleinstellung weiter aus. Tun Sie einfach so als wäre weiterhin Quarantäne.

Tipp 21

Kontakt.

Wirtschaftsmagnet GmbH
Gstäudweg 72
88131 Lindau

T +49 8382 409301
mail@wirtschaftsmagnet.de
www.wirtschaftsmagnet.de

Copyright © 2020 Wirtschaftsmagnet GmbH.
Alle Rechte vorbehalten.