

Hilfreiche Tipps für die Selbständigkeit im Handwerk

1. Nachfolgende Eigenschaften sollten Sie mitbringen, um ein Unternehmen erfolgreich zu führen

1.1. Nur mit Leidenschaft und Begeisterung können neue Ideen gefunden werden

Wer in die Selbständigkeit starten möchte, braucht viele Eigenschaften. Eine jedoch ist unverzichtbar. Die Leidenschaft für das, was man tut. Nur wer begeistert ist von dem was er macht, kann seine Kunden begeistern. Nur mit Leidenschaft können immer wieder neue Ideen gefunden, neue Produkte erfunden und neue Kunden gebunden werden. Wer ohne diese Leidenschaft in die Selbständigkeit startet, wird dauerhaft keinen Erfolg haben.

1.2. Lösungsorientiert handeln – suchen Sie Lösungen, nicht Probleme

Es wird immer wieder vorkommen, dass Dinge nicht so laufen, wie Sie sich das vorgestellt haben. Analysieren Sie die Gründe und suchen Sie neue Möglichkeiten. Nach einer kurzen Phase der Enttäuschung muss eine neue Phase der Begeisterung eintreten. Als Unternehmer müssen Sie sofort nach Lösungen suchen. Wer an Probleme denkt, bekommt auch welche. Wer an Lösungen denkt, findet auch welche.

1.3. Konzentrieren Sie sich auf das, was Sie gut können

Als Kleinunternehmer müssen Sie alles können, aber können Sie alles gleich gut? Können Sie genau so gut organisieren wie verkaufen? Lieben Sie es mit Zahlen umzugehen oder lieber Ihr Handwerk auszuüben? Beraten Sie lieber Ihre Kunden oder erfinden Sie lieber neue Produkte? Konzentrieren Sie sich auf das, was Sie gut können und überlassen Sie die anderen Dinge einem guten Partner, zum Beispiel Ihrem Lebenspartner, einem Mitarbeiter oder einem Berater.

Das kostet in der Regel zwar Geld, in dieser Zeit können Sie aber viel mehr Geld verdienen. Also macht das auch finanziell einen Sinn. Ein Beispiel: Ein einstündiges Telefonat mit dem Finanzamt führt oft nicht zum erwünschten Ergebnis, hat Ihnen eine Stunde Umsatz gekostet, Ihre Arbeitsstunde noch nicht mitgerechnet. Ein Steuerberater schafft das in 15 Minuten mit dem gewünschten Ergebnis. Unter dem Strich die günstigere Lösung.

1.4. Aktivität statt Passivität

Wenn Sie glauben, dass die Kunden von selbst in Ihr Geschäft kommen, haben Sie schon verloren. Nur wenn Sie aktiv auf Ihre Kunden zugehen, Ihre Leistungen anbieten, einen topp Service und selbstverständlich Qualität bieten, haben Sie eine Chance auf dem Markt. Unter dem Motto: „Tue Gutes und rede darüber.“

Wie am besten auf Kunden zugehen?

- Offener Sonntag

So ein Tag dient der Kundenbindung. Bewerten Sie den Erfolg eines offenen Sonntags, eines Events, einer Werbeveranstaltung oder eines sonstigen Dienstleistungstages nicht nur an dem Gewinn. So ein Tag dient auch der Kundenbindung und wirkt erst, wenn er dauerhaft durchgeführt wird. Hier heißt es: Durchhalten!

- Neue Produkte

Der Kunde wünscht sich Abwechslung. Das ist eine hohe Anforderung an Sie als den Handwerker und Dienstleister. Immer wieder neue Produkte und Leistungen zu kreieren und diese zu vermarkten ist sehr aufwendig, aber überlebenswichtig für jedes Unternehmen. Sie müssen Ihr Unternehmen ständig neu erfinden. Nutzen Sie hierzu die Kreativität anderer.

2. Finanzielle Maßnahmen

2.1. Die Bank

Halten Sie Ihre Bank auf dem Laufenden. Eine offene und vor allem frühzeitige Kommunikation zwischen Ihnen und der Bank ist nicht nur hilfreich, sondern unbedingt notwendig. Im Rahmen eines Unternehmensratings (Stichwort: Basel II) ist dies ein wichtiges Kriterium bei der Beurteilung des Unternehmens.

Halten Sie Ihre Bank auf dem Laufenden und lassen Sie ihr alle notwendigen Unterlagen unaufgefordert und frühzeitig zukommen. Wenn zu erkennen ist, dass die Liquidität (Zahlungsfähigkeit) angespannt ist, müssen Sie sofort Kontakt mit Ihrer Bank aufnehmen. Lieber zwei Tage zu früh, als einen Tag zu spät. Die Zusammenarbeit mit einer Bank ist in einem frühzeitigen Stadium der Krise meist sehr gut. Je länger man glaubt, seine Situation vor den Darlehensgebern verschweigen zu können, desto schwieriger wird eine anschließende Zusammenarbeit.

2.2. Preisgestaltung und Rabatte

Die Preisgestaltung muss sich immer an den Kosten Ihres Unternehmens orientieren.

Bei der Preisgestaltung haben Sie verschiedene Möglichkeiten. Zunächst gilt es eine ordentliche Kalkulation durchzuführen. Diese muss sich immer an den Kosten Ihres Unternehmens orientieren. Denn die Fixkosten müssen verdient werden. Daneben müssen die variablen Kosten und ein Zielgewinn berücksichtigt werden.

Abweichungen von dieser Kalkulation können aufgrund des Marktpreises auftreten. Wenn Wettbewerber wesentlich günstiger die Produkte anbieten, müssen Sie Ihre Kostenstruktur im Unternehmen prüfen, um die Fixkosten zu senken. Wenn dies nicht möglich ist, müssen Sie gute Argumente für einen höheren Preis haben. Dies kann zum Beispiel in der Qualität sein.

Vorsicht mit Rabatten. Diese müssen im Rahmen der Kalkulation bereits eingepreist werden. Rabatte auf die normalen Preise mindern nicht nur die Gewinnmarge, und von dieser müssen Sie leben, sondern sind auch unwirtschaftlich. Oft arbeiten Sie dann unter Ihren Kosten. Mit anderen Worten, Sie legen noch Geld drauf. Daher, Rabatte nur bei besonderen Aktionen einsetzen und sehr vorsichtig kalkulieren.

3. Die Lage des Betriebes und Werbung ist das A und O

3.1. Betriebsstandort

Der Erfolg Ihres Unternehmens hängt von der Lage ab. Wenn Sie ein Geschäft eröffnen möchten, zum Beispiel ein Friseurgeschäft, ein Optikergeschäft, eine Bäckerei, dann gibt es drei wichtige Dinge die Sie bei der Auswahl der Räume beachten sollten. 1. die Lage, 2. die Lage und 3. ... die Lage! Der Erfolg Ihres Unternehmens wird vor allem von der Lage abhängen. Je weiter Sie sich von der 1A Lage entfernen, desto ausgefallener muss Ihr Konzept sein.

3.2. Werbung

Machen Sie Werbung! Eines ist klar, Werbung kostet Geld. Aber keine Werbung zu machen ist wie, die Uhr abzustellen um Zeit zu gewinnen. Und wenn Sie Werbung machen, seien Sie anders! Nichts ist langweiliger, als so zu sein, wie Ihre Wettbewerber. Lernen Sie Ihre Stärken kennen und machen Sie die zu Ihrer Marke. Wie Sie Ihre Stärken kennen lernen? Fragen Sie Ihre Kunden? Trauen Sie sich! Einfach fragen, was die Gründe dafür sind, dass der Kunden zu Ihnen gekommen ist. Sie werden sich wundern und gut tut es außerdem.

Werbung: Das AIDA-Prinzip

Gute Werbung baut immer auf einem ganz einfachen Prinzip auf. Dieses nennt man auch AIDA-Prinzip. Werbung muss

1. Attention - Aufmerksamkeit erregen,
2. Interest - Interesse wecken,
3. Desire - Wünsche hervorrufen und zur
4. Action - Aktion führen.

Also egal ob eine Anzeige, ein Flyer, ein Plakat, ein Schaufenster oder eine Internet-Seite, alles sollte nach diesem Prinzip aufgebaut sein. Dann wirkt es.

4. Umgang mit dem Kunden

4.1. Erfolgreiche Verkaufsgespräche führen

Lassen Sie Ihren Kunden reden und hören Sie ihm zu! Ein Verkaufsgespräch dient vor allem dazu, etwas von Ihrem Kunden zu erfahren. Nicht der Verkauf des Produktes steht im Mittelpunkt des Gesprächs, sondern die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden. Stellen Sie Fragen, und zwar welche, auf denen Ihr Kunde nicht mit "ja" oder "nein" antworten kann. Lassen Sie den Kunden Reden und hören Sie ihm zu! Erst wenn Sie alles wissen, was der Kunde will, können Sie ihn beraten. Wenn Sie dann merken, dass der Kunde kaufen oder Ihnen den Auftrag geben will, dann lassen Sie ihn kaufen bzw. unterschreiben. Machen Sie den Abschluss!



4.2. Der Aufbau eines guten Verkaufsgesprächs sollte wie folgt aussehen:

1. Begrüßung
2. Bedarfsanalyse
3. Beratung
4. Abschluss

5. Schwierige Situationen im Betrieb meistern

5.1. Nicht im, sondern am Unternehmen arbeiten

Welcher Unternehmer kennt das nicht. Nichts scheint zu funktionieren, nichts klappt. Die Kunden bleiben aus, Projekte laufen nicht mehr, das Geld wird knapp. Sie arbeiten 16 Stunden am Tag und scheinbar kommt nichts dabei raus. Und jetzt? Pause! Einen Tag raus aus dem Betrieb und nicht im, sondern am Unternehmen arbeiten.

5.2. Die Zukunft beginnt jetzt

Was will ich erreichen? Setzen Sie sich Ziele!

Beantworten Sie sich an diesem Tag folgende Fragen:

1. Was ist mir wichtig? Warum habe ich den Schritt damals gewagt? Was hat mich so gereizt, dass ich 16 Stunden täglich arbeite? Ist dieser Antrieb immer noch da? Habe ich diesen Wunsch immer noch?

2. Was will ich erreichen? Setzen Sie sich Ziele!

3. Was sind meine Stärken? Schreiben Sie sich die sieben Dinge auf, die Sie besonders gut können. Fragen Sie Ihre Kunden, Freunde und Familie. Und setzen Sie konsequent auf Ihre Stärken. Und vor allem, spezialisieren Sie sich auf diese Stärken.

Und dann seien Sie sich darüber im Klaren, Erfolg kommt nicht von heute auf morgen. Sie brauchen viel Geduld, Energie und Ausdauer!