

Mehr Gewinn mit weniger Stress

Der Newsletter für Ihren beruflichen und persönlichen Erfolg

Selent, den 20. Juni 2006

Liebe Leser,

zum Glück haben wir das Sommerfest unseres Wirtschaftsvereins schon am Samstag gefeiert – sonst könnte ich heute wohl nur unter Schwierigkeiten am Newsletter schreiben ;-).

Es war auf jeden Fall eine phantastische Party, mit einer super Band, näheres unter den Faszinationen.

Im team success Gym noch ein paar Tipps zu Unternehmens-Blogs sowie einige Überlegungen zur Frage: Lohnt sich Exklusivität?

Auf Anregung des australischen Kollegen Des Walsh lese ich momentan „The World is flat“ von Thomas Friedmann. Für ein Sachbuch äußerst spannend geschrieben, erläutert Friedmann, warum die Welt inzwischen nicht mehr rund ist – näheres zusammen mit möglichen Auswirkungen auch auf Ihr Unternehmen unter den persönlichen Reflektionen.

Ich wünsche Ihnen wieder viel Freude am Lesen,



herzlich willkommen zu
„**Mehr Gewinn mit weniger Stress**“

Jörg Weisner

jw@team-success.de

In dieser Ausgabe:

Teil 1: Das team success Gym

Das Besondere an Unternehmens-Weblogs

Lohnt sich Exklusivität?

Teil 2: Persönliche Reflektionen

Die Welt ist schon längst nicht mehr rund ...

Teil 3: Faszinationen

Fetz DoMinog lassen es rocken

Teil 1: Das team success Gym

Das Besondere an Unternehmens-Weblogs

Lohnt es sich für ein Unternehmen, ein Weblog zu schreiben – diese Frage wird z.Zt. einmal wieder heiß diskutiert in der „Blogosphäre“, der Gesamtheit aller Blogs im Netz.

Einen sehr interessanten Beitrag fand ich dazu auf dem Blog von Robert Basic, unter <http://www.basicthinking.de/blog/2006/06/19/firmenblogs-stay-on-topic/> geht er ausführlich auf die verschiedenen Pros und Contras zu Unternehmensblogs ein.

Seine Zusammenfassung bringt es sehr gut auf den Punkt:

Please kurz mal zurückdenken an die Tatsache, dass Blogs wunderbare Tools für eine One-to-Many Kommunikation sind. Was macht das so wunderbar geeignet für zahlreiche Firmen? Die Tatsache, dass ich als Konsument erstmalig auf einen Webseiten-Bereich stoße, auf dem ich direkt und unmittelbar mit einem Firmenmitarbeiter auf Dauer und nach Belieben kommunizieren kann, ist absolut neu.

Wie ist denn bisher die normale Firmen-Netzwelt aufgebaut? Ich komme als Leser um 23:30 auf die normale Webseite und lese was über irgendein Produkt. Schön. Anrufen um die Zeit? Ist nicht! Aber morgen? Vielleicht. Wen? Keine Ahnung, steht ja nix da. Nur ein allgemeines Kontaktformular. Wird das jemals jemand lesen, wenn ich was absende? Man hört doch immer, dass viele Firmen auf Mailanfragen nie oder verspätet reagieren. Morgen rufe ich aber an, doch bis ich den richtigen Ansprechpartner endlich habe, der möglicherweise im Urlaub ist, vergeht Zeit. Die ich möglicherweise nicht bereit bin zu investieren.

Oder mal versucht, den Microsoft Chefentwickler von Visual C++ zu erreichen? Vergiss es. Aber ola, der bloggt. Und der bloggt saugeil. Als Developer ist es mir ein Vergnügen, den zu lesen. Vorher? Vor Weblogs? Ohne Firmenblog? Keine Chance, impossible!

Das nur mal als einfaches Gedankenbeispiel, wie einfach die Wirkungsweisen von Weblogs sind. Man muss dazu keine Einsteinschen und hochfliegenden Konzepte schreiben, wenn man an die Basis der Weblogs denkt, wozu sie erfunden wurden. Alles Weitere leitet sich daraus ab. Nur soviel dazu: Im Vorfeld sollte man daran denken, dem Leser den Modusumstieg "das ist ein Firmenblog und dessen Sinn ist..." zu erleichtern, damit die Kommunikationsregeln und "Gesprächsbedingungen" klar sind.

In erster Linie sollte das Firmenblog einen Mehrwert bieten. Der Mehrwert kann vielfältig sein: Entweder ist es Fun (sei es Jokes, Videos, funny Links, die nix mit der Firma zu tun haben), Infotainment (das Einpacken nützlicher Infos in einen guten Schreibstil), die pure Information (knackig-prägnante Produktbeschreibungen oder auch -tests), Befriedigung voyeuristischer Neigungen (der Einblick in das Firmenleben), whatever. Sonst verbringe ich meine begrenzte Zeit lieber auf anderen Webseiten.

Der Kunde oder potenzielle Interessent will hauptsächlich Infos, um sich über die Services wie auch Produkte zu erkundigen. Er will einfach und easy Nachfragen können, ohne ewig in der Mail/Telefonschleife zu hängen. OK, ich kann damit leben, dass mir der bloggende Mitarbeiter über seine Vaterschaft berichtet. Aber please, stay on topic, was den Main Content angeht.

Ich kenne Deine Firma nicht? Dann zeig von mir wegen, was Du auf dem Kasten hast, dass ich Dir trauen kann. Stay on topic. Du willst mich amüsieren mit coolen

Linktipps und geilen Videos? Gerne, aber übertreibe es nicht. Privat kuscheln können wir dann, wenn ich Dir traue, ich Deine Produkte nützlich finde und Dich als Mitarbeiterblogger nett finde.

Du möchtest mir was über die Produkte erzählen? Ok, dann machs. Aber wehe, Du vergisst zu schreiben, dass die Kamera für Nachtverhältnisse einen bescheidenen Blitz hat. Du möchtest, dass ich wiederkomme? Tja, entweder brauche ich etwas erneut oder Du bietest mir einen dauerhaften Mehrwert, um wiederzukommen. Nein, Jokes sind es nicht, die finde ich auf richtigen Jokeseiten.

Ich habe möglicherweise ein Interesse an Deinen Services und Produkten, also befriedige mein Interesse. Oder wecke gar mein Interesse. Via Blog hast Du sogar mehrfach die Chance dazu, wenn das, was ich bisher gelesen habe, amüsant oder nützlich war. Via Website hast Du nur einmal die Chance, denn reden kann ich ja nicht mit Dir.

Lassen Sie das Ganze einfach mal auf sich wirken und besuchen Sie verschiedene Blogs, wer weiß, vielleicht entdecken Sie ja noch richtig Lust an der Sache.

Lohnt sich Exklusivität?

Diese Frage hat sehr viel mit unserer Grundeinstellung zu tun. Glauben wir, dass die Güter in der Welt insgesamt zu knapp sind. Dass ich mir meinen Anteil auf jeden Fall sichern muß, bevor es ein anderer tut? Oder glaube ich, dass eher Überfluß herrscht, dass ich mir nur „aussuchen“ muß, mit wem ich welche Geschäfte betreiben möchte.

Abhängig von diesen beiden Einstellungen, werden Sie sicherlich auch auf die Berichte über den australischen Zahnarzt Paddi Lund reagiert haben.

Wenn Sie glauben, dass Sie jeden Kunden mitnehmen müssen, werden Sie überhaupt nicht die Traute haben, über Auswahlkriterien nachzudenken.

Klar, dass die Kunden zahlungsfähig sein müssen, versteht sich von selbst. Hätten Sie aber auch den Mut, noch Vorkasse zu fragen??? Oder flüstert Ihnen das kleine Teufelchen wieder ins Ohr: „Das kannst man doch nicht tun! Das machen die andere doch auch nicht. Das wäre doch unseriös. „

Ein weiteres Beispiel verdeutlicht vielleicht noch stärker, wie weit unsere Einstellungen und unsere Glaubenssätze unser Verhalten prägen:

Viele halten die klare Fokussierung auf das „Glück“ oder „Glücklichsein“ (wie bei Paddi Lund vertreten) für übertrieben. Viele halten es auch für absolut undurchführbar, die Kunden so klar auszuwählen, und dann sogar noch den einen oder anderen abzulehnen!!!

Für mich stellen sich hier mindestens zwei Fragen:

1. Mit welcher Einstellung gehen wir an die ganze Sache heran. Glauben wir dass uns die Arbeit wirklich Spaß machen kann oder haben wir (ganz tief drinnen) das Gefühl, dass Arbeit und Spaß zwei verschiedene Dinge sind. Bei der Recherche zu meinem Buch „Job&Joy“ habe ich mit vielen Unternehmern und Freiberuflern gesprochen. Ich habe sie zum Beispiel gefragt, warum sie so lange arbeiten. Warum sie sich so in die Arbeit stürzen. Die allermeisten haben anfangs geantwortet: „Weil ich das muß!“ Erst im Laufe des Gespräches haben dann die meisten zugegeben, weil es ihnen eigentlich auch Spaß bringt – „aber das kann man ja gar nicht öffentlich sagen, das hieße ja, ich würde noch dafür bezahlt

werden, wenn ich Spaß habe ...“.

Und genau darum geht es. Vielleicht liegt es an unserer deutschen Mentalität, dass wir meine Arbeit und Spaß trennen zu müssen, dass wir Angst haben, man gönne uns den Spaß (oder das Geld) nicht, wenn wir beides verbinden.

Die Gegenfrage bringt uns die Lösung näher: Von wem würden Sie sich am liebsten als Patient behandeln lassen, als Kunde bedienen lassen oder von welchem Handwerker würden Sie am liebsten ihren neuen Dachstuhl aufstellen lassen? Von Leuten, die das nur als Pflichtempfinden tun? Oder von Menschen, die das aus voller Überzeugung, mit leuchtenden Augen und voller Freude tun?

Die Antwort beweist, dass wir uns von den Leuten, die für uns Leistungen erbringen, schon wünschen, dass sie mit Freude dabei sind.

Sollten wir nicht für uns selber mindestens das Gleiche verlangen???

2. Die zweite Frage bezieht sich auf die ausgewählten Kunden. Besonders in diesen Zeiten des Massenkonsums wirkt nichts besser als eine gewisse Exklusivität. Das dies längst nicht nur für Zahnärzte gilt, zeigen zwei sehr interessante Beispiele aus ganz anderen Bereichen. Zum einen suchen einige Gründer maximal 5.000 Menschen, die mit Ihnen auf einer exklusiven Pazifik-Insel Urlaub machen wollen.

Sie bieten diesem kleinen Kreis drei Modelle an, ein Einstiegspaket für den „Nomaden“ für 173 Euro, darin enthalten die Möglichkeit innerhalb eines Jahres 7 Nächte auf der Insel zu verbringen, dem „Jäger“ bieten sie für 346 Euro 14 Nächte innerhalb von 2 Jahren an, dem „Krieger“ für 519 Euro 21 Nächte, die er innerhalb von 3 Jahren nutzen kann. Unterkunft und Verpflegung sind im Preis enthalten.

Bis heute haben die Initiatoren 755 Mitglieder gewonnen. Für knapp acht Wochen doch gar nicht so schlecht. (<http://www.tribewanted.com/>) Die Medienresonanz auf diesen ungewöhnlichen Ansatz ist enorm.

Die andere Geschäftsidee für einen exklusiven Kreis bietet eine private Whisky-Distillerei an. Unter <http://www.whisky.co.uk/club/index.html> werden Investoren gesucht, die bereit sind, mindestens zehn Jahre auf den fertigen Whisky zu warten. Mit der Produktion soll 2007 begonnen werden. Es werden nur 750 (siebenhundertfünfzig) Personen als Clubmitglieder aufgenommen. Diese erhalten dann für 50 Jahre 6 Flaschen pro Jahr von dem guten Whisky. Es werden auch hier verschiedene Preismodelle angeboten. Der exklusivste und kleinste Kreis der Gründungsmitglieder ist bereits vollzählig.

Man sieht, Exklusivität zieht die Kunden an!

Teil 2: Persönliche Reflektionen

Die Welt ist schon längst nicht mehr rund

Ich hatte in einem Blog von Des Walsh, einem australischen Berater über ein neues Buch von Thomas L. Friedmann gelesen, mit dem Titel: „The world is flat“.

Zum Glück gibt es Amazon – und 24 Stunden später hielt ich das Buch in den Händen. Seitdem läßt es mich kaum noch los. Friedman beschreibt in einer sehr anschaulichen, zum Teil humorvollen Weise warum die Welt heute nicht mehr rund sondern wie eine Scheibe ist. Allerdings meint er mit dieser Scheibe eine sehr kleine Scheibe, auf der die Daten (und Arbeit) aus den USA nach Indien oder China in weniger als einer Sekunden transportiert werden können - und wieder zurück.

Das Buch ist voll mit aktuellen Beispielen, wie die Welt immer mehr zusammen rückt, die Arbeitsteilung immer größer wird, immer schneller, billiger und effizienter.

Eines der Beispiele, die mich als alten BWLer beeindrucken, ist das Outsourcing von Steuerberatungsleistungen. Nach Friedmann wurden in 2003 etwa 25.000 amerikanische Steuererklärungen in Indien vorbereitet. In 2004 waren es schon 100.000, in 2005 dann grob geschätzt 400.000!!!

Wenn das so weitergeht, dann sollten sich die amerikanischen Steuerberater schnellsten etwas überlegen, was sie ihren Mandanten über das reine Zahlenhacken hinaus anbieten.

Und die deutschen Steuerberater? Ich vermute, dass die Sprachbarriere sie noch eine Zeitlang schützen könnte, bin mir aber nicht sicher, wie lange noch.

Sicherlich fällt es den Indern viel leichter Englisch zu sprechen als Deutsch, aber wenn vielen von ihnen sich schon die Mühe machen, bestimmte Dialekte (z.B. den des mittleren Westens) zu lernen, um dann in einem der Callcenter angestellt zu werden, warum dann nicht auch Deutsch lernen - dauert vielleicht etwas länger, könnte aber einen ganz neuen Markt erschließen.

Ein anderes Beispiel aus der Medizin, zeigt, wie weit wir heute schon sind. Mit modernen Geräten gehören digitale Röntgenaufnahmen inzwischen für viele Krankenhäuser und selbst Praxen zum Standard. Die eingehende Analyse dieser Röntgenbilder kann allerdings nach wie vor noch einige Zeit in Anspruch nehmen. Diese Zeit versuchen jetzt immer mehr amerikanische Mediziner sich freizuschaukeln, indem sie die Daten abends nach Indien senden. Wenn sie dann am nächsten Morgen wie in die Klinik kommen, liegen die Auswertungen bereits auf dem Schreibtisch. Die indischen Kollegen brauchten dafür dank der Zeitverschiebung keine Überstunden machen. Die finanziellen Ersparnisse sind dank des hohen Lohnunterschiedes gravierend.

Schon diese zwei Beispiele zeigen, wie sehr unsere Welt zusammen gewachsen ist. Ich bin sehr gespannt, wie das Buch weitergeht (zur Zeit habe ich erst ca. die Hälfte geschafft) und noch viel mehr gespannt, wie sich die Entwicklung fortsetzen wird.

Das Buch ist auf jeden Fall ein echter Augenöffner!

Teil 3: Faszinationen

Fetz DoMingo lassen es rocken

Bei Aufbauen am Samstag, für das Sommerfest hatte es fast ununterbrochen gergegnet, abends und nachts blieb es dann aber glücklicherweise trocken. So konnten wir auf dem Innenhof unseres Büros ausgiebig feiern.

Besonders fasziniert hat mich dabei die Band Fetz DoMingo, die uns mit schönen, alten Rockstücken kräftig eingeheizt hat.

Wer mehr wissen möchte, dem sei die Seite von Frank Hunck empfohlen

(<http://frankhunck.de/weblog/index.php/a/2006/06/18/gestern-feierten-wir-unser-10-jhriges-bestehen-wirtschaftsverein-raum-selenter-see/#comment-2273>)

Frank hat es sogar geschafft, einen kleinen Ausschnitt zum Hören ins Netz zu stellen.



Sommerfest auf dem Innenhof

Bis zum nächsten Dienstag,
Ihr
Jörg Weisner

Copyright © 2006, alle Rechte vorbehalten

Jörg Weisner betreut mit der team success Unternehmer, Freiberufler und ihre Teams, die mehr Gewinn mit weniger Stress erreichen wollen. Sein Coaching-Programm besteht aus vierteljährlichen Workshops, Telefon-Konferenzen, E-mail- und Telefon-Coaching sowie umfangreichen Anregungen, Checklisten, Ideen und Werkzeugen.

Sie dürfen den Newsletter „Mehr Gewinn mit weniger Stress“ gerne an Ihre Freunde und Kollegen weitersenden, vorausgesetzt, Sie lassen ihn so komplett, wie er ist. Der Autor ist Jörg Weisner. Sie können ihn erreichen über: jw@team-success.de.

**Bitte empfehlen Sie diesen Newsletter Ihren Freunden und Kollegen
oder senden Sie ihn weiter.**

Wir wachsen durch Ihre Empfehlung.

Jeder kann diesen Newsletter über <http://www.team-success.de> bestellen.

Wenn Sie diesen Newsletter nicht mehr beziehen wollen, klicken Sie bitte auf den unten stehenden Link.

Wir werden Ihren Namen oder Ihre E-mail-Adresse an keine anderen Personen, Firmen oder Organisationen weitergeben.