



Maximaler Profit - so vergolden Sie die letzten 20% Ihrer Kapazität

Liebe Leser,

je besser und langfristiger Sie planen, desto günstiger kommen Sie durchs Leben. Wenn Sie bspw. einen Mietwagen benötigen, bekommen Sie bei einer frühzeitigen Buchung noch "vernünftige" Preise. Bei kurzfristigen Buchungen sind wir sogar dankbar, dass wir überhaupt noch etwas bekommen und somit unser Problem gelöst wird. Der Preis wird zur Nebensache.

In dieser Ausgabe möchte ich Ihnen aufzeigen, wie Sie immer Ihre letzten Produktionskapazitäten mit höheren Margen vermarkten können und somit Ihren Gewinn überdurchschnittlich steigern. Und das Beste daran: Ihre Kunden werden froh sein, dass Sie diesen Service anbieten!

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Ihr Fuat Akar



Hohe Preise über die sich niemand beschwert

Zu unserem letzten Sommerurlaub auf Sardinien hatte ich meiner Familie versprochen, mit dem Auto die Insel zu erkunden. Den Mietwagen hatte ich nicht vorab gebucht, da mir die Preise zu hoch erschienen. Vor Ort dann die Überraschung: Es geht noch mehr! Ein Anruf bei der örtlichen Mietwagenstation und das abklären verfügbarer Fahrzeuge beginnt. Aber es sah nicht gut aus. Die mögliche Enttäuschung der Familie und die Worte meiner Frau "Ich sagte dir doch, buch von daheim aus..." im Hinterkopf interessierte mich nur noch, ob ich ab morgen für 3 Tage irgendein Modell anmieten könnte. Jetzt geht es nicht mehr um den Preis - ich bitte und flehe den Mann am Telefon an, nochmals zu prüfen, ob nicht doch bald ein geeignetes Auto zur Verfügung steht. Letztendlich bekam ich einen Alfa Romeo - wer wird denn da noch wählerisch sein? Bei der Schlüsselübergabe habe ich dann nach meinem Gesprächspartner gefragt. Da hinten ist Toni sagte man mir. Ich bin extra zu ihm hin und habe mich persönlich für seine Recherche und seinen Einsatz bedankt. Er hat mir ein riesen Problem gelöst .

Weg mit den Kalkulationsvorlagen

Können Sie sich vorstellen, dass eine Mietwagenstation durchweg immer den gleichen Preis anbieten würde? Ob Sie 3 Monate, 3 Wochen oder 3 Tage vorher buchen? Sicherlich nicht!

Folgende Situation haben Sie vielleicht schon einmal erlebt: ein Kunde ruft an und braucht eines Ihrer Produkte aus der Produktion so schnell wie möglich. Auf den ersten Blick scheint es unmöglich Ihren Kunden zum gewünschten Termin zu beliefern. In vielen Unternehmen ist dies der Normalzustand und häufig ist man bereit sich für seine Kunden "ein Bein rauszureißen". Leider auch viel zu häufig unter Wert. Apropos ... Was ist die Aktion eigentlich wert??

Wer sagt eigentlich, dass der Wert Ihres Produktes anhand einer Herstellkostenkalkulation ermittelt werden muss. Warum dürfen Sie am Ende dieser Kalkulation "nur" eine Gewinnmarge von x% beaufschlagen und wenn überhaupt plus y% Expressaufschlag?

Sie erkennen vielleicht, dass Ihr Kalkulationsblatt definitiv das falsche Werkzeug ist, um solch einen Sonderfall zu berechnen.

Keine Ahnung warum, aber es muss schnell gehen!

Wie oft fragt ihr Vertrieb oder Innendienst wirklich nach den Hintergründen dieser Express-Aktion? Welches Problem lösen wir dadurch, dass wir nun einen Auftrag durch die Produktion "Peitschen" und in 5 Tagen anstatt 5 Wochen liefern dürfen? Wenn Sie die Gründe in Erfahrung bringen, dann kann der Wert Ihrer Dienstleistung erst wirklich bemessen werden. Dann erst wird die Relation Ihres Kraftaktes zur Problemlösung Ihres Kunden bekannt.

Mögliche Gründe könnten sein:

- Vermeiden Sie bei Ihrem Kunden einen teuren Produktionsstopp und somit Kosten von bspw. 5.000 € / Stunde?
- Ermöglichen Sie die Messepräsentation des neuesten Produktes und somit ein hohes Auftragsvolumen von bspw. 1 Mio €?
- Verhelfen Sie dem Kunden Konventionalstrafen zu umgehen von bspw. 10.000 / Tag?
- Ermöglichen Sie das Einhalten kritischer Projektmeilensteine und retten die Vorstandspräsentation und somit den Job des Einkäufers?

Was könnte diese last-minute-Aktion ihrem Kunden tatsächlich Wert sein?

Der Retter in der Not

Vor einigen Tagen berichtete mir ein Kunde, dass er nach der gemeinsamen Prozessgestaltung für eine last-minute-Aktion einen Aufschlag von 300% (20.000 € anstatt 5.000 €) angeboten und realisiert hat. Im Nachgang hat sich der Einkäufer persönlich für die Zuverlässigkeit bedankt. Man hat ihm einen Messeauftritt mit Prototypen gerettet! Bei solchen Preisen macht es jedem beteiligten Spaß 5 Tage lang durch die Produktion zu sprinten! Ist der deutlich höhere Preis für den Kunden zu hoch, dann ist das Problem nicht groß genug. Somit können Sie höflich auf den Normalpreis mit der normalen Lieferzeit verweisen. So trennen Sie die unnötigen Stressmacher von echten Notbedürftigen bzw. entwickeln ein Gefühl für die tatsächliche Dringlichkeit.

Damit Sie permanent in der Lage sind, solche Aktionen zuverlässig zu realisieren, müssen Sie den Engpass Ihrer Organisation kennen. Als regelmäßiger Leser meiner Newsletter wissen Sie ja auch inzwischen, warum dies essentiell ist. Weiterhin sollten Sie nie mehr als 80% Ihrer Kapazität verplanen. Die überschüssigen 20% werden für Schnellschüsse verwendet, aber nur, wenn diese mit deutlichen Aufschlägen behaftet sind. Ich nenne dies "Aufträge vergolden". Sie müssen Ihre Prozesse so gut im Griff haben, dass Sie Ihrem Kunden sogar eine Geld-zurück-Garantie anbieten können, falls Sie zu spät liefern! Wenn Sie so weit sind, dann werden Sie als konkurrenzloser Problemlöser angesehen und man wird sich nicht nur bei Seriengeschäft bei Ihnen melden, sondern auch wenn es darum geht schnell und zuverlässig beliefert zu werden. Der Preis spielt dann kaum noch eine Rolle.

Vielleicht erkennen Sie auch das Potential in Ihrem Unternehmen und könnten sich vorstellen, dass Sie zum echten Problemlöser Ihrer Kunden werden. Sie möchten mehr darüber erfahren, wie Sie es schaffen Aufträge zu "vergolden"?

Egal wann Sie mich anrufen, ich bin spätestens am nächsten Freitag bei Ihnen. Warum das funktioniert? Weil jeder Freitag meine 20% der Wochenkapazität darstellt und für last-minute-Aktionen reserviert wird- immer!

Kontakt | Empfehlung | Veranstaltungen

Wenn Ihnen dieser Newsletter gefallen hat, dann leiten Sie diesen doch einfach weiter.

Ihre Geschäftspartner können sich über folgenden Link als Empfänger eintragen. Dafür bedanke ich mich schon mal recht herzlich!

Im Archiv finden Sie auch weitere Ausgaben, die Sie interessieren könnten.

[Newsletter-Anmeldung](#)



Sie wollen mehr über echte Produktivität und exponentielles Wachstum erfahren?

[Sehen Sie hierzu das Video zu meiner Impulsrede auf dem "Management Innovation Camp 2016" in Essen.](#)

Sie planen eine Führungskräfteveranstaltung und möchten neue Wege zum Erfolg kennen lernen? Als Experte für exponentielles Wachstum halte ich gerne einen inspirierenden Impulsvortrag auf Ihrem Event und veranschauliche den Teilnehmern, wie durch gezielte Maßnahmen garantiert schon innerhalb weniger Wochen Ihr Gewinn signifikant gesteigert werden kann.

Referenzen zu solchen Ergebnissen, erhalten Sie gerne auf Anfrage.

Impressum

PROZESSREICH GmbH
UNTERNEHMENSGESTALTUNG

Ulmer Straße 9 • 71732 Tamm

Fon: +49 7141 13396-31 • Mobil: +49 171 557 1912

Fax: +49 7141 13396-32

mail@prozessreich.de •

www.prozessreich.de

Amtsgericht Stuttgart • HRB 757504

Sitz: Tamm • Geschäftsführer: Fuat Akar

Verantwortlich für den Inhalt:

Fuat Akar
Ulmer Str. 9
71732 Tamm

Umsatzsteuer-ID: DE307089997

DISCLAIMER: Es wird keinerlei Haftung für Übermittlungsfehler, Richtigkeit oder Vollständigkeit der Angaben übernommen.

Die Nennung von Produkten anderer Hersteller oder Anbieter dient ausschließlich zur Information und stellt keinen Warenzeichenmissbrauch dar. Hinsichtlich der Auswahl, Leistung oder Anwendung dieser Produkte oder Dienstleistungen wird keinerlei Gewähr übernommen.

Wenn Sie den Newsletter nicht mehr erhalten möchten, können Sie sich [hier](#) abmelden.