

Kunden-Analyse als betrieblicher Erfolgsfaktor!

Häufiger Grund für Misserfolg: fehlende Analyse und Strategie



Jasmin Dehl, Team Vinco (Foto: Zgoll)

Nach Angaben des Bundesministeriums für Wirtschaft, sind Unternehmensinsolvenzen neben anderen Faktoren zu 30% auf Planungsmängel und zu 61% auf Informationsmängel der Unternehmer zurückzuführen. In diese Bereiche fallen Zielformulierung, Unternehmensstrategie und dem vorgeschaltet, eine detaillierte Standort- und Zielgruppenanalyse.

„Sie können im Prinzip so viel Geld in ein Unternehmen pumpen wie Sie wollen. Aber wenn Sie nicht ganz genau wissen, wer Ihre Kunden sind und wie Sie sie für sich begeistern können, führt das sicher nicht zum Erfolg. Als Unternehmer regelmäßige Zeitfenster zu schaffen um Strategie, Ziele und zuletzt konkrete Maßnahmen zur Umsetzung zu planen, sind nicht nur ein Muss, sondern sogar die eigentliche Aufgabe und Pflicht der Geschäftsführung“, so Jasmin Dehl, Geschäftsführende Gesellschafterin von Team Vinco. „Wer sollte sich auch sonst darum kümmern und die Verantwortung hierfür tragen?“ Erst die Ergebnisse einer Analyse bilden die Grundlage für qualifizierte unternehmerische Entscheidungen.

„Idealerweise sollte eine Kundenanalyse vor der Existenzgründung durchgeführt werden um Chancen und Risiken von Beginn an einschätzen und durch eine angepasste Unternehmenskonzeption unmittelbar angehen zu können“, so Dehl weiter. „Aber auch später im Geschäftsprozess sind diese Ergebnisse nicht starr, sondern es gilt sich immer wieder neu auf die Entwicklungen einzustellen um agieren zu können – nicht nur zu reagieren.“ Hier spielten nicht nur die klassischen Merkmale wie Alter, Geschlecht, Kaufkraft, Bildungsstand, Wohnort oder die berufliche Position und private Situation eine große Rolle.



Entscheidend sei zu wissen, wie der Kunde denke. Wie er globalere Themen wie Politik, Religion bewerte oder welche allgemeine Einstellung zu Menschen und Unternehmen er habe. „Nur wer seine Kunden kennt, weiß, was sie erwarten und kann sich an die spannende Aufgabe machen, diese Erwartungen zu erfüllen.“

Ähnliches gelte für die Analyse des Unternehmensstandorts. Denn daraus folge wann und wo man seine Kunden erreiche. Wesentliche Inhalte sind die detaillierte Beleuchtung der harten und weichen Standortfaktoren: Lage, Nähe zu Absatzmärkten, Konkurrenz, Tradition, Expansionsmöglichkeiten, soziale Faktoren, Bevölkerungsstruktur, Bildungsstand und Kosten sind hierbei nur einige übergeordnete Schlagworte. Im Franchisebereich ist das Thema Standortanalyse sogar ein „Zankapfel“ der bis zu rechtlichen Schritten führen kann: Ob der Franchisegeber die Erstellung einer Standortanalyse im Rahmen seiner Aufklärungspflichten schuldet, ist äußerst umstritten. Teilweise ist von der Rechtsprechung eine solche Pflicht des Franchisegebers bejaht, teilweise abgelehnt worden. Von Bedeutung ist dies im Hinblick auf die Frage, ob das Fehlen einer seriösen Standortanalyse Schadensersatzansprüche des Franchisenehmers wegen Verletzung vorvertraglicher Aufklärungspflichten auslösen kann.

Die Wichtigkeit der Analyse und entsprechender Strategie für einen planbaren Unternehmenserfolg sind gerade in Zeiten gesättigter Märkte größer denn je. Ist diese Aufgabe alleine nicht zu bewältigen, ist es in jedem Fall ratsam sich professionell beraten und begleiten zu lassen.

(April 2013)

Team Vinco GbR berät seit 2007 kleine und mittelständische Unternehmen, in Fragen des Marketings, der Kundengewinnung sowie des Unternehmertums. Auf Basis einer umfassenden Analyse, werden ausgefallene Marketingkonzepte zur Kundengewinnung entwickelt und die Unternehmen langfristig bei der Umsetzung begleitet. Eine besondere Spezialität ist hierbei, das Zusammenführen von gleichgesinnten Unternehmen zu konkreten Kooperationen. Die Kunden sind branchenübergreifend vertreten und je Standort regional angesiedelt.