

Inhalt

Kostenrechnung und Kalkulation

Durch die Krise mit transparenter Kostenrechnung und Kalkulation!!

Unternehmensführung

Überleben trotz schlechtem Rating

Kundenbeziehungsmanagement (CRM)

Cross-Selling – Bedarfspotenziale für zusätzliche Produkte und Dienstleistungen erkennen. Umsatz und Ertrag steigern.

Lean Production

Liquidität rauf – Kosten runter:
Mit Lean Production wetterfest aus der Krise.

Demografische Fitness

Teil 2: Gewinnen oder verlieren?
Aktives Karrieremanagement auch in Krisenzeiten

Organisationsentwicklung

Der Projektabschluss: eher lästig?

Buchbesprechung

Wolf Kempert:
Praxishandbuch für die Nachfolge im Familienunternehmen.

Impressum

Kennziffern

Unternehmensführung

Überleben trotz schlechtem Rating

Wenn es um die Wurst geht!

- Im Zeichen der weltweiten Finanzkrise und deren Folgen sind die Banken noch zurückhaltender geworden bei der Vergabe von frischen Krediten oder auch der Verlängerung bestehender Engagements im Mittelstand.
- Eine schlechte Rating- oder Bonitätsbeurteilung entsteht nicht über Nacht, sondern ist die Folge einer längeren negativen Unternehmensentwicklung, oft verstärkt durch ratingschädliches Verhalten des Unternehmens.
- Schuldzuweisungen an Politik, Konjunktur, Wettbewerb und die ‚böse‘ Bank helfen nicht weiter.
- Zunächst ist die Sicherstellung der Liquidität gefragt, was durch unterschiedliche Maßnahmen geschehen kann.
- Vertrauensbildung durch offene Kommunikation mit der Bank gehört ebenfalls zwingend zum Überleben in dieser Phase.
- Nur durch Schöpfung von Liquidität ist ein Unternehmen jedoch dauerhaft nicht zu stabilisieren.
- Die strategischen Ursachen der Schiefelage müssen ermittelt und von einem Leistungsverbesserungskonzept begleitet werden.



Die kostenlose Vollversion direkt beim Autor,
→ **Heinz-Peter Lakner**, Lakner Unternehmensberatungs AG, bestellen.
→ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 2

Was ist ratingschädliches Verhalten?

Was ist zur Liquiditätssicherung zu tun?

Wofür gibt es Pluspunkte bei der Bank?

Warum reichen Liquiditätssicherungsmaßnahmen allein nicht?

Hilft Bilanzverschönerung weiter?

Ist der Gestaltungswille des Unternehmens sichtbar?

Warum ist ein Leistungsverbesserungskonzept unabdingbar?

Hinweise – Tipps – Empfehlungen!

Kundenbeziehungsmanagement (CRM)

Cross-Selling – Bedarfspotenziale für zusätzliche Produkte und Dienstleistungen erkennen. Umsatz und Ertrag steigern.

- Umsatz und Ertrag lassen sich nicht nur durch intensivere Bedarfsausschöpfung im bestehenden Kundenkreis oder durch Neukundengewinnung steigern.

Die **Cross-Selling-Aktivitäten** eines Unternehmens zielen darauf ab, bestehende Kundenbeziehungen zu nutzen, um diesen Kunden weitere Leistungen aus dem Angebotsprogramm anzubieten und zu verkaufen.

Werden die erforderlichen Voraussetzungen für erfolgreiches Cross-Selling (**Erfolgsfaktoren**) geschaffen und die Cross-Selling-Aktivitäten systematisch umgesetzt, dann sind, neben Umsatz- und Ertragssteigerungen, auch steigende Kundenzufriedenheit und Kundenbindung, sowie sinkende Akquisitionskosten die erfreuliche Folge.

Stellen Sie Ihr bisheriges Vertriebssystem auf den Prüfstand und ermitteln die ungenutzten Potenziale.



Die kostenlose Vollversion direkt beim Autor,
→ **Karl-Heinz Schlüter**, SMC Schlüter Management Consulting, bestellen.
→ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 3

Strategische Stoßrichtungen im Vertrieb.

Zusätzliche Umsatz- und Ertragschancen nutzen.

Folge: Steigende Kundenzufriedenheit und Kundenbindung, sowie sinkende Akquisitionskosten.

Mehr Infos?

„Greifen“ Sie zu!