

WHEN THE GOING GETS TOUGH, THE TOUGH GETS GOING

Martin Limbeck erklärt, was Unternehmer aus der Corona-Krise lernen können

Covid-19 hat unsere Wirtschaft schwer getroffen. Alle hoffen auf Lockerungsmaßnahmen, doch machen wir uns nichts vor: Wir werden nicht so weitermachen können wie zuvor. Auch wenn es schön wäre, einfach ein Backup einspielen zu können mit dem Unternehmenstand von Anfang März 2020. Das wird leider nichts. Doch deswegen den Kopf in den Sand stecken und Kleinbei geben? Die, die mich schon etwas besser kennen, wissen, dass ich ein ziemlicher Optimist bin. Auch mein Business hat Corona durcheinandergebracht. Doch ich würde heute mit meinem Unternehmen nicht dort stehen, wo ich bin, wenn ich nicht immer

»Wir dürfen uns niemals zu sicher sein. Auch dann nicht, wenn das Business gut läuft. Daher sollten Sie gerade in guten Zeiten nicht auf Sicht, sondern immer mit Weitblick fahren und für eventuelle Ereignisse vorsorgen.«

das Beste aus solchen Situationen gemacht hätte. Wahrscheinlich können Sie den Spruch schon nicht mehr hören, doch in jeder Krise steckt eine Chance, davon bin ich fest überzeugt. Entscheidend ist, nicht zu lange in Schockstarre zu verharren. Sondern stattdessen ins Handeln zu kommen, zu schauen, was unter den neuen Rahmenbedingungen noch funktioniert – und was angepasst oder neugedacht werden muss.

Krise als Transformationsbooster

Aus meiner Sicht können Sie als Unternehmer aus der Krise ein paar wertvolle Learnings mitnehmen. Natürlich ist es





hart, wenn das eigene, vormalig ganz gut laufende Unternehmen durch einen unvorhergesehenen Einfluss von Außen in Schieflage gerät. Doch mal ehrlich: Ist das wirklich so unwahrscheinlich? Ok, mit einem sich weltweit ausbreitenden Virus hat erst mal keiner gerechnet. Ähnlich war es mit der Finanzkrise 2008. Das bedeutet jedoch nicht, dass Sie immer mit Angst durch Leben laufen müssen. Doch wenn Sie aus der Corona-Krise eins mitnehmen können, dann das: Wir dürfen uns niemals zu sicher sein. Auch dann nicht, wenn das Business gut läuft. Daher sollten Sie gerade in guten Zeiten nicht auf Sicht, sondern immer mit Weitblick fahren und für eventuelle Ereignisse vorsorgen. Zugegeben, so umfangreich vorsorgen, dass sich eine Krise wie die aktuelle entspannt abfangen ließe, geht wahrscheinlich nicht. Doch Sie sollten immer im Hinterkopf haben, dass sich der Markt kontinuierlich verändert, ebenso wie die Bedürfnisse Ihrer Kunden. Ein Produkt, was sich heute top verkauft, kann morgen out sein – weil ein Wettbewerber etwas noch besseres herausgebracht hat. Höchste Zeit, jetzt die Strategie entsprechend umzustellen und ab sofort in Entwicklung und Zukunft Ihres Unternehmens zu investieren!

Was sich jetzt ebenfalls zeigt: Geld ist nicht alles. Die wichtigere Währung ist Vertrauen. In guten Zeiten ordentlich Umsatz zu machen, ist eine Sache. Doch die Unternehmen, die Krisen überstehen, sind gar nicht unbedingt diejenigen, die vorher finanziell am erfolgreichsten waren. Es sind die, die loyale Kunden haben. Die auch in schlechten Zeiten zu Ihrer Company stehen und Sie

„Warum keiner will, dass du nach oben kommst... und wie ich es trotzdem geschafft habe“ von Martin Limbeck

208 Seiten, gebunden
ISBN 978-3-86881-235-0
Redline Verlag



unterstützen. Im Fokus all Ihrer unternehmerischen Überlegungen sollte daher immer der Kunde stehen. Welchen Nutzen bieten Sie ihm, welche Bedürfnisse erfüllen Sie? Hier gilt es jetzt mehr denn je, am Ball zu bleiben und auf kleinste Zeichen sofort zu reagieren.

Crashkurs Digitalisierung

Für viele Unternehmen ist die Corona-Krise vor allem eines: ein Crashkurs in Sachen Digitalisierung. Unternehmen, die ihren Kunden keinen Webshop oder Online-Beratung anbieten können, sind weg vom Fenster. Viele Restaurants und kleine Läden haben innerhalb weniger Tage plötzlich Websites aus dem Boden gestampft, Beratung und Bestellung per WhatsApp angeboten. Die Ausrede, dass das alles zu kompliziert, zu teuer und zu unsicher ist, zieht nicht mehr. Wer in Sachen E-Commerce und Online-Beratung noch nicht gut aufgestellt ist, muss jetzt handeln und dringend nachziehen.

Ich biete Verkäufern und Beratern dabei selbst Unterstützung an in Form einer Online-Ausbildung zum Certified Remote Seller. Auch die Arbeitsweise innerhalb Ihres Unternehmens gilt es zu restrukturieren. Wer bisher der Ansicht war, dass Homeoffice keine Option ist, wurde in den letzten Wochen eines Besseren belehrt. Ich bin überzeugt davon, dass es sich dabei nicht um eine einmalige Sache handelt, sondern das Corona rückblickend ein Booster für eine neue Arbeitskultur gewesen sein wird. Nutzen Sie also die Chance – nicht nur für Ihre Kunden, sondern auch für Ihre Mitarbeiter.

Martin Limbeck, Inhaber der Limbeck® Group, ist einer der führenden Experten für Sales und Sales Leadership in Europa. Zusammen mit seinem Team hilft der vierfache Bestseller-Autor Unternehmen dabei, ihren Vertrieb auf den Punkt zu bringen – denn Vertrieb. Macht. Zukunft.

