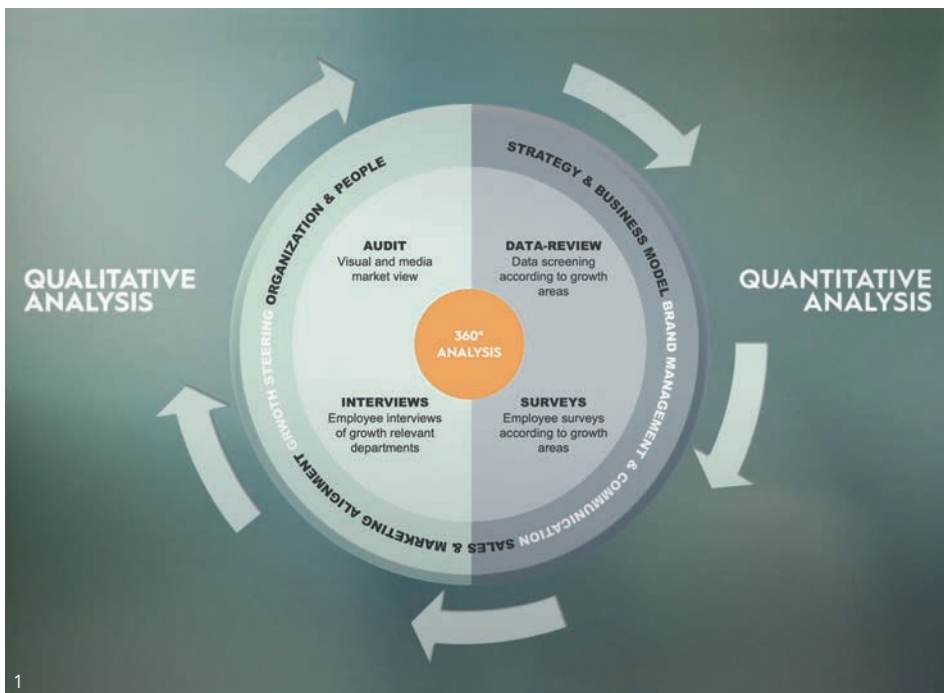


# Welche Wachstumsstrategien helfen, kurzfristig gut durch die Krise zu kommen und langfristig profitabel agieren zu können, verraten diese acht Expertentipps des Wachstumsberaters &US.

## Wachstum trotz Krise.



ist notwendig, sich zu fragen: Wofür steht das Unternehmen und wofür nicht? Warum sollte ein Kunde dort kaufen? Warum sollte ein Mitarbeiter dort arbeiten wollen? Die Antworten geben erste Aufschlüsse, in welcher Hinsicht die Positionierung des Unternehmens verbessert werden sollte.

### Strategie und Positionierung von Unternehmensvision und -zielen ableiten

Grundlegende Voraussetzungen für nachhaltiges Unternehmenswachstum sind Strategie und Positionierung. Sie stiften Sinn für die MitarbeiterInnen und ermöglichen die abteilungsübergreifende Umsetzung von Zielsetzungen. Dabei ist sowohl die Innensicht als auch die Außensicht relevant: Die Positionierung muss intern gelebt werden und den Zielen entsprechen. Die Produkte oder Dienstleistungen müssen so nach außen kommuniziert werden, dass ein Kunde das versprochene Markenerlebnis als konsistent und authentisch empfindet.

### In MitarbeiterInnen, Aufbau von Know-how & Wissenstransfer investieren

Eine lernende Organisation ermöglicht die zielgerichtete Entwicklung von MitarbeiterInnen und fördert den Aufbau von Wissen und die Weitergabe von Kompetenzen. Sie bildet die kulturelle Basis für Wachstum und schafft Raum für Innovationen.

### Investitionsentscheidungen datenbasiert treffen

Im Spannungsfeld zwischen Restrukturieren und Investieren wird vieles noch aus dem Bauch heraus entschieden.

**A**uf lebensbedrohende Krisen reagieren Unternehmen wie Menschen: Das Wesentliche drängt sich in den Vordergrund, alles nicht unmittelbar Notwendige wird auf ein Minimum zurückgefahren. „In diesem Überlebens-Automatismus kann aber auch ein hohes Risiko für den mittel- und langfristigen Geschäftserfolg liegen. Auch wenn im Tagesgeschäft kurzfristige Prioritäten dominieren, so ist der Fokus auf Wachstum überlebensnotwendig“, sagt Helmut Kosa, Managing Partner der Growth Consultancy &US, die Betriebe im DACH-Raum zum Thema Wachstum berät. „Für Unternehmen geht es jetzt vor allem darum, das bestehende Geschäft kurzfristig

zu maximieren, mittelfristig Transformation einzuleiten und brachliegende Marktanteile zu gewinnen, und langfristig Innovationen und neue Geschäftsmodelle zu kreieren“, erklärt Erich Silhanek, ebenfalls Managing Partner der Wiener Wachstumsberatung. Durch die folgenden grundlegenden Tipps der beiden Experten können Wachstumsblocker identifiziert und Wachstumstreiber rasch aktiviert werden:

### Die Ist-Situation hinterfragen

Zur Basis einer Wachstumsstrategie gehört immer die richtige Unternehmenspositionierung samt Alleinstellungsmerkmalen. Viele Unternehmen haben hier großes Verbesserungspotenzial. Es

Wichtige Investitionsentscheidungen sollten aber auf Basis von Unternehmenskennzahlen gesteuert werden. So kann der Status der Zielerreichung besser überprüft oder aber auch die Incentivierung von VertriebsmitarbeiterInnen laufend angepasst werden.

#### **Vertrieb & Marketing aneinander ausrichten (Sales&Marketing-Alignment)**

Die beiden Bereiche verfolgen oft unterschiedliche Ziele und arbeiten so gegeneinander. Das stellt einen der größten Wachstumsblocker in Unternehmen dar. Wer eine Basis für die gezielte Zusammenarbeit von Vertrieb und Marketing schafft, ermöglicht erhebliche Verbesserungen wachstumsrelevanter Kennzahlen – kürzere Verkaufszyklen, sinkende Markteintrittskosten, Ergebniswachstum und maximierte Unternehmensleistung.

#### **Das Angebot von Kundenbedürfnissen her denken (Kundenzentriertheit)**

Aufgrund des geänderten Konsumverhaltens sollten die Kunden verstärkt dort abgeholt werden, wo sie jederzeit und überall mittels z. B. Smartphone erreichbar sind. Es gilt, alle verfügbaren Informationen aus den Offline- und Online-Kundenkanälen intelligent zu kombinieren. So kann man Kunden mit einer höheren Wahrscheinlichkeit zum richtigen Zeitpunkt die richtige Botschaft vermitteln, um sie zu binden und den Absatz zu steigern.

#### **Die Fähigkeit entwickeln, agil auf Marktänderungen zu reagieren**

Organisationen müssen hinsichtlich Personal, Prozessen, Steuerung und Controlling so aufgestellt werden, dass sie Veränderungen im Markt rasch erkennen und kreative Lösungen dafür entwickeln können. Agile und innovationsorientierte Unternehmensstrukturen können den Geschäftserfolg langfristig sicherstellen.

#### **Erfolgreiche Unternehmen wachsen aus dem Kern**

Durch laufende Rückkoppelung und Abgleich zwischen kurz-, mittel- und langfristigen Veränderungsaktivitäten



V.l.n.r.: Helmut Kosa und Erich Silhanek, Managing Partner &US

wird ein stetiges Lernen und die Integration der Erkenntnisse ins tägliche Geschäft durch „Quick-Wins“ sichergestellt. Die Transformationsziele werden

kontinuierlich an neue Gegebenheiten im und außerhalb des Unternehmens angepasst, um profitables Wachstum zu erreichen. ■

**„Nachhaltig handeln heißt so zu agieren, als wäre man auf der Welt, um für immer zu bleiben.“  
Ashok Khosla**

**Vom Industrieöl bis hin zum wassermischbaren Kühlschmierstoff**

**Vom Profi für Profis!**  
[www.gogreen.co.at](http://www.gogreen.co.at)  
 0664/1644217  
 07713/50254

in member of GoGreen

**OIL -A-CHECK**