

BM

Innenbau / Möbel / Bauelemente

09/17

Kantentechnik – ab Seite 16

Kante zeigen

/ *Oberflächentechnik – ab Seite 50*
Lacke, die bleiben

/ *3D-Druck – ab Seite 80*
Schreiner machen Druck

/ *Möbelbeschläge – ab Seite 114*
Verdeckt verbinden

Kostenloses E-Book für KMU

Der gelungene Messeauftritt

Ein Messeauftritt gehört heutzutage auch für kleine und mittelständische Handwerksunternehmen ins Kommunikationsrepertoire. Aus gutem Grund, denn er dient dazu, den Bekanntheitsgrad zu steigern und das Image zu verbessern. Andererseits zeigt man Präsenz bei Stammkunden und gewinnt neue Kunden. Damit die Messe allerdings ein Erfolg wird, müssen alle Aufgaben von der Planung über die Durchführung bis hin zur Nachbereitung genauestens aufgeteilt werden. Hilfestellung dabei bietet ein neues E-Book, das zum Download unter www.saxoprint.at/b2bmamanager/ebook-vertrieb-auf-messen zur Verfügung steht. Das E-Book greift Themen auf wie z. B. Richtiges Marketing auf Messen, Vertriebsmöglichkeiten und Mitarbeiter-Coaching. Dazu gibt es professionelle Hinweise für einen er-

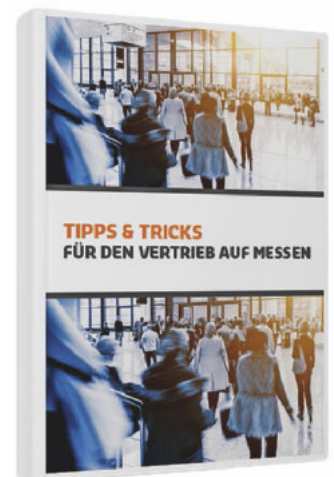
folgreichen Messevertrieb, Wissenswertes zu Marketing und Vertrieb auf Messeveranstaltungen, Anregungen zur Gestaltung des Messeauftritts sowie Informationen zur Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung einer Messe. Der Leser erfährt, zu welchem Zeitpunkt die einzelnen Messephasen beginnen, und welchen Aspekten man besondere Aufmerksamkeit schenken sollte.

In finanzieller Hinsicht ist die Teilnahme an der Messe insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen kein Kinderspiel. Worauf kommt es bei der Kostenkalkulation an und wie sollten die einzelnen Budgetposten in der Jahresplanung untergebracht werden, damit eine gute Vorbereitung, Planung sowie ein fehlerloser Ablauf sichergestellt werden können? Im E-Book findet

man dazu viele hilfreiche Tipps. Sie sollen sicherstellen, dass bereits viele Monate vor dem eigentlichen Messetermin das zusammenarbeitende Team aus Marketing und Vertrieb optimal aufeinander abgestimmt ist. Man erfährt außerdem, wie man Mitarbeiter sowohl in der Vorbereitungszeit als auch während der Durchführung und Nachbereitung zu Höchstform anspornt, damit das Unternehmen als professionelle Einheit vor den Kunden auftritt.

Beginnt der Messetag, gilt es, Präsenz zu zeigen. Nicht nur die rein körperliche Anwesenheit zählt: Präsent sein bedeutet, sich dem Gang zuzuwenden, Augenkontakt zu halten und aufmerksam die Fühler auszustrecken, um potenzielle Kunden auf den Stand aufmerksam zu machen. Es gibt viele Möglichkeiten, wie man

Kunden am Weiterziehen hindert – auch darüber informiert das E-Book. Ebenso darüber, wie man Termine mit Bestands- und Neukunden vereinbart, möglichen Konflikten vorbeugt und den Messeablauf optimal leitet. (bs)



/ Ein Messeauftritt will gut gelernt sein: Tipps gibt das neue kostenlose E-Book.



BM-Ornatipp Nr. 6

Mehr Motivation durch eine positive Sprache

Kennen Sie diesen Spruch: „Der Tag fing so wunderbar an, doch dann bin ich aufgewacht?“

Dieser Satz klingt im ersten Moment ganz lustig, wenn wir uns dieser Stimmung aber hingeben, dann wird er schnell wahr. Wunderbarerweise wirkt dies aber auch in positiver Richtung – machen Sie sich also diesen Weg der Selbstmotivation zunutze und lernen Sie, die Kraft der positiven Sprache zu aktivieren.

Vermeiden Sie die Formulierung „ich muss ...“ – mit dieser Wortwahl setzen Sie sich selbst unter Druck, denn Sie setzen sich einem Zwang aus. Wechseln Sie lieber zu Formulierungen wie „ich werde...“, „ich möchte...“ oder „ich kann...“ – statt in einer passiven Opferrol-

le sind Sie nun in einer aktiven, handelnden Position. Das stärkt und motiviert.

Hören Sie auch auf, bereits getroffene Entscheidungen zu bedauern oder ständig zu hinterfragen. Das kostet Energie, Kraft und gute Laune. Orientieren Sie sich besser an dem, was vor Ihnen liegt und sehen Sie nach vorne statt zurück.



/ Die Autorin: Brigitte Jahn vermittelt in Seminaren, Workshops und Vorträgen Wissen zu den Themen Büroorganisation und Zeitmanagement. www.bueromanagement-jahn.de

Umfrage: Wie kleine Betriebe mit ihrer Bank verhandeln

Tipps zur Finanzierung im Mittelstand

Kleine Unternehmen mit bis zu 40 Mitarbeitern schätzen ihre Finanzierungs- und Bankensituation wesentlich schlechter ein als größere Unternehmen. Das ist zentrales Ergebnis des Banken-Barometer 2017 für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), den der Verband Die KMU-Berater als Umfrage unter Unternehmen jetzt zum vierten Mal durchgeführt hat.

Besonders drei Bereiche schätzen die kleineren Unternehmen am negativsten ein: Nur 6 % werden von ihren Banken vollumfänglich über das Ergebnis des Bankenrating für ihr Unternehmen informiert. Ebenfalls nur 6 % erleben, dass ihre Banken und Sparkassen ihnen öffentliche Förderkredite positiv und aktiv anbieten. Und nur 3 % stimmen voll der Aussage zu, dass Sicherheiten bei der Kreditgewährung nicht die entscheidende Rolle spielen.

Deshalb sei die Verhandlungsposition der kleineren Unternehmen im Kreditgespräch relativ schwach, so der Verband. Denn die Ratingnote als wesentliche Grundlage jeder Kreditentscheidung müsse ein Unternehmen kennen, um seine Verhandlungsposition einschätzen zu können. Ebenfalls wichtig seien die Ergebnisse der Kapitaldienstfähigkeitsberechnung und die Bewertung der gegebenen Sicherheiten durch die Bank. Kennen Unternehmen diese drei Bestimmungsfaktoren, können sie die eigene Verhandlungsposition realistisch einschätzen und gehen damit gut vorbereitet in die Kreditverhandlungen. Dann falle auch das Einfordern öffentlicher Förderkredite sehr viel leichter. Empfohlen wird außerdem, sich nicht auf eine kreditgebende Hausbankbeziehung zu verlassen – zwei sollten heute der Standard sein. (bs)