

Neue Impulse und Ideen für KMU-Betriebe

Martin Aue referierte in Schönbühl darüber, wie KMU-Betriebe mit wenig Aufwand mehr Kunden gewinnen können.



Martin Aue lieferte an seinem Impulsvortrag konkrete Ideen für KMU-Betriebe.

Auf das Händeschütteln wird aufgrund der aktuellen Vorkehrungen verzichtet und die Stühle sind weiter voneinander entfernt, als es bei Vorträgen üblich ist. Rund zehn Minuten vor Beginn treffen die verschiedenen Teilnehmenden langsam ein und nehmen, nachdem sie eine Präsenzliste unterzeichnet haben, im Meeting-Raum im Zentrumssaal in Schönbühl Platz. Es sind besondere Massnahmen in besonderen Zeiten. Weiter soll «Coronavirus» an diesem Abend nicht thematisiert werden. «Mein Kleinbetrieb als Kundenmagnet» heisst der Titel des Impulsvortrags von Martin Aue. «Der Wunsch vieler Betriebe ist es, Selbstläufer zu produzieren. Produkte und Dienstleistungen, die nicht mehr gross beworben werden müssen und sich von selbst herumsprechen», so Aue. Doch bereits beim Start zu diesem Traum würden sich viele Unternehmen die falschen Fragen stellen. Statt sich den Kopf über Preis und Rabatte für die Kunden zu zerbrechen oder sich mit Konkurrenten zu vergleichen, sollte man sich vielmehr Gedanken machen, mit welchen Kunden man überhaupt zusammenarbeiten wolle und mit welchen nicht. Entsprechend sollte man dies auch auf den eigenen Kanälen klar kommunizieren. «Effizient und erfolgreich arbeiten heisst auch, gewissen Kunden abzusagen und nicht um jeden Preis eine Offerte zu erstellen, wenn der Erfolg eines Abschlusses bereits bei der Anfrage sehr gering scheint», so Aue.

Wissen aus der Praxis statt Theorie

Doch wie wird aus einem Produkt, das vielleicht erst wenige Käufer kennen, ein Verkaufsschlager? «Manchmal genügt nur ein kleiner, aber gezielter Schubs, um dies zu erreichen. Man spricht dabei vom Erreichen des Tipping Point», erklärt Aue. «Wer einmal den Tipping Point erreicht, muss danach nur noch so viel Energie hinzufügen, dass der Level gleich hoch bleibt. Die Erfolgsfaktoren, um den Tip-



Martin Aue erklärt die verschiedenen Stufen der Erfolgstreppe.

ping Point zu erreichen, sind Reichweite, hilfreiche Informationen und Multiplikatoren.» Der Berner Oberländer referiert authentisch. Verzichtet bis auf wenige Ausnahmen auf Fachbegriffe und bringt stattdessen plausible Beispiele, Ideen und Vorschläge. Ein garantiertes Erfolgsrezept hat auch er nicht. Das Fundament für sein heutiges Wissen legte er in der Ausbildung zum Marketingplaner und Marketingleiter. Neben der Theorie vermittelt der 41-Jährige aber vor allem Wissen aus den persönlichen Erfahrungen. Direkt nach der Grundausbildung zum KFZ-Mechaniker gründete er sein eigenes Unternehmen in der Veranstaltungsbranche. Zu Spitzenzeiten war die Agentur im ganzen deutschsprachigen Raum tätig und das Team wuchs auf über 40 Personen. «Ich machte viele schöne, aber auch weniger tolle Erfahrungen, diese waren dafür umso lehrreicher», gibt Aue offen zu. Nach der Schliessung seiner Firma im Jahre 2007 widmete er sich ganz seinem jetzigen, zweiten Unternehmen. Heute schaut er auf eine Vielzahl von Zusammenarbeiten mit Kunden aus den verschiedensten Branchen zurück.

Interessante Infos statt unzählige Angebote

Die Teilnehmenden, allesamt aus KMU-Betrieben, schreiben eifrig mit und stellen gleichzeitig kritische Rückfragen. Martin Aue lässt sich nicht aus dem Konzept bringen, sondern nimmt die Inputs in sein Referat auf. Erfolgreiche Konzepte und Strategien versteckt er nicht, im Gegenteil. Im ganzen Raum liegen Beispiele und Muster seiner Arbeit auf. Er folgt dabei seiner Strategie, die er auch den anwesenden KMU-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern mitgeben will. «Statt den Kunden mit Angeboten zu überhäufen, die er gar nicht will, sollten wir ihn mit Informationen eindecken, die für ihn wichtig sind», so Aue. Nach zwei Stunden geht der Vortrag langsam zu Ende. Einen letzten Tipp gibt Martin Aue noch allen auf den Weg. «Wer etwas aus den heutigen Impulsen selber ausprobieren will, sollte dies in den nächsten 72 Stunden machen. Wenn man länger wartet, ist der Einstieg umso schwerer oder man läuft die Gefahr, den ersten Schritt in eine neue Richtung gar nicht erst zu tun.»

Text: Markus Hubacher



Martin Aue war in den letzten zehn Jahren über 1000 Tage im Einsatz als Referent.