



CONTROLLING

A-, B- und C-Kunden

In fast jedem Unternehmen gibt es diese Aufteilung:

Mit 20 % Deiner Kunden machst du 80 % Deines Umsatzes.

Da ist es doch mehr als sinnvoll genau zu wissen, wer diese 20 % sind, oder? Vielleicht möchtest Du diesen Menschen besondere Aufmerksamkeit schenken.

Finde heraus:

Wer sind meine A-Kunden?

Wer sind meine B-Kunden?

Wer sind meine C-Kunden?

.....

.....

.....

Finanzen

Wie hoch ist ein durchschnittlicher Auftrag?

.....

.....

Welches sind die Produkte mit der höchsten Marge?

.....

.....

Wie könnte ich davon mehr verkaufen?

.....

Was könnte ich tun, um die Marge der anderen Produkte zu erhöhen? (Bessere Verhandlung, Preise erhöhen, neue Lieferanten, selbst herstellen ...)

.....

.....

.....

.....

Woher kommen meine Kunden? Welche Marketing-Maßnahmen haben am besten gefruchtet? Was sollte ich wiederholen und was unbedingt sein lassen:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

TIPP: VERMERKE DIR DIE FRAGE NACH DER HERKUNFT EINES NEUKUNDEN IN DEINEN UNTERLAGEN, DAMIT DU IMMER DARAN DENKST.

Wie ist unsere Liquidität? Und wie könnte ich diese verbessern?

.....

.....

Nach jedem Sommer kommt ein Winter. Das bedeutet ich muss Vorsorge treffen und Rücklagen bilden für „schlechte Zeiten“ bzw. Monate. Ab sofort lege ich pro Monat

..... € zur Seite und verschaffe mir ein Polster.

Das lässt mich beruhigter schlafen.

Als Unternehmer ist auch die Altersvorsorge wichtig. Wie könnte ich meine Sparrate erhöhen, um besser vorzusorgen?

.....
.....
.....
.....

Wie hoch sind meine Fixkosten und wie könnte ich diese reduzieren? Welche Positionen werde ich sofort kündigen / streichen?

.....
.....
.....
.....

Gibt es Möglichkeiten der Steueroptimierung die wir bisher nicht nutzen?

.....
.....

Wie hoch ist der Gewinn in den letzten Jahren? (Entwicklung des Unternehmens)
Wie kann der Gewinn des Unternehmens erhöht werden? Welche Stellschrauben
könnten wir noch nutzen?

.....

.....

.....

.....



FRUCHTENDES MARKETING FÜR BLÜHENDE GESCHÄFTE

Susanne Büttner ist Marketingconsultant, Unternehmensberaterin, Business Mentor und zertifizierter (BAFA) Coach. Sie berät und coacht seit mehr als 25 Jahren erfolgreich in Sachen Personal Branding, Neukundengewinnung durch Vertrauen und Erfolg. Außerdem hält sie Vorträge und gibt Workshops. Sie bringt Marketing, Vertrauen und wirtschaftliches Handeln zusammen. Das macht ihre Kunden nicht nur sichtbar am Markt, sondern auch finanziell unabhängiger.

Als innovative, erfolgreiche und engagierte Unternehmerin war die Autorin auch Dozentin an der IHK, im Prüfungsausschuß der Hochschule Weihenstephan und in der Jury von Gründerwettbewerben. Heute unterstützt sie zusätzlich Gründer, Kleinunternehmer und den Mittelstand bei Businessplänen, Preisstrategie und Marketingautomatisierung (digitale Kundengewinnung.)

Fragen Sie gerne nach einem One-2-One Consulting. Viele Beratungen werden mit bis zu 90% gefördert. Mehr Infos finden Sie unter <https://trustmarketing.de>