

Strategien für die Zukunft

Von der Zentralwerkstatt zum modernen Dienstleister – ein Kompaktseminar von GP in Zusammenarbeit mit Axel Ehrhardt, AE Training- und Managementberatung, Bergneustadt (Teil 2)

Wer nicht mit der Zeit geht, der geht mit der Zeit. Das gilt auch für den Sanitätsfachhandel der Zukunft. Nicht allein das Thema Ausschreibungen fordert von den Betrieben neue Wege in der Kundengewinnung und -bindung. Welche weiteren Möglichkeiten sich bieten, vermittelt Unternehmensberater Axel Ehrhardt im Seminar „Von der Zentralwerkstatt zum Dienstleister im Zeitalter von Ausschreibungen und GKV-WSG“, das GesundheitsPROFi mit Unterstützung von medi im Februar 2008 anbieten wird. Im Gespräch mit GP erläutert Axel Ehrhardt die wesentlichen Inhalte (Teil 1 in GP 12/07).

GP: Um neue Kunden anzusprechen, muss man seinen Bekanntheitsgrad in der Öffentlichkeit steigern. Wie kann das gelingen?

AE: Ich setze auf Multiplikatoren- und Empfehlungsmanagement. Die Idee dahinter ist, die Sanitätshauskunden als Multiplikatoren über Empfehlungsmanagement zu meinen eigenen „Verkäufern“ zu machen. Das erfordert u.a. eine sehr gezielte individuelle Kundenansprache auf Basis einer innovativen und kontinuierlich gepflegten Kundendatei: Customer Relation Management, oder kurz CRM. Wir müssen deshalb Kunden noch nachhaltiger und gezielter auf ihre Bedürfnisse und Besonderheiten hin ansprechen. Ich kann nur sagen: Lernt Eure Kunden besser kennen!

GP: Neben dem Endverbraucher hat das Sanitätshaus aber noch weitere Kunden bzw. Partner wie z.B. im nie-



Axel Ehrhardt

dergelassenen Arztbereich, in Kliniken, Pflegediensten etc. Was zeichnet diese Zusammenarbeit künftig aus?

AE: Nur derjenige wird künftig weiterhin erfolgreich arbeiten, der seine funktionierenden Netzwerke weiter ausbaut. Der zukünftige Außendienstmitarbeiter wird sich deshalb immer mehr zu einem professionellen Netzwerk-Manager entwickeln müssen. Akquisition auf Zuruf im Arztbereich oder in den Einrichtungen gehört nicht der Vergangenheit an, wird aber immer mehr und mehr komplementiert werden müssen durch neue Akquisitionsstrategien und Konzepte in der Neukunden-Akquise. Deshalb rate ich den Unternehmen, die diesen Weg eventuell noch nicht gegangen sind, über einen rein akquisitorischen Außendienst ernsthaft nachzudenken.

GP: Welche Leistungen können Sanitätshäuser neben ihrer Fachkompetenz in ein Netzwerk einbringen?

AE: Gefordert sind neben produktspezifischen Kompetenzen verstärktes Know-how zu bestimmten Indikationsgebieten bzw. innovati-

ven Versorgungsstrukturen z.B. bei den Themen Osteoporose, Diabetologie, chronischen Atemwegserkrankungen oder Lymphologie. Darüber hinaus sind aber auch neue oder veränderte Dienstleistungen gefragt. Das komplette Veranstaltungsmanagement muss in den Sanitätshäusern auf den Prüfstand. Hier sind Inhalte, Umsetzung und Controlling teilweise neu zu definieren. Man sollte auch damit anfangen, sich z.B. Fortbildungsveranstaltungen in der Zukunft mehr und mehr bezahlen zu lassen. Allerdings muss dazu die Kosten-Nutzen-Relation für jeden Teilnehmer erkennbar sein.

GP: Abschließende Frage: Jede Veränderung weckt bei Mitarbeitern Ängste und Sorgen. Wie kann der Inhaber hier gegensteuern?

AE: Diese Branche tut sich teilweise immer noch schwer, wie wir eben schon festgestellt haben mit dem Akquirieren, dem Verkaufen und der Führung. Somit kommt es vor allem auf die richtigen Führungskräfte und deren Führungsstil an. Die unterschiedlichen Mitarbeiter müssen in der heutigen Zeit unterschiedlich geführt werden. „Führung durch Veränderung“ wird somit inhaltlicher Bestandteil der Seminarreihe sein, denn wenn Mitarbeiter in Veränderungsprozessen nicht richtig mitziehen, kann die gesamte Unternehmensstrategie gefährdet sein. Voraussetzung ist allerdings, dass jede Veränderungsbereitschaft von den Köpfen der Führungskräfte ausgehen muss und dies gilt für jede Führungsebene in einem Unternehmen.

Von der Zentralwerkstatt zum Dienstleister im Zeitalter von Ausschreibungen und GKV-WSG

Wer nicht mit der Zeit geht, der geht mit der Zeit

NUTZEN:

Andere Zeiten verlangen andere Vorgehensweise im Markt. Die Teilnehmer erhalten einen konzentrierten Überblick über innovative strategische und operationale Ideen bzw. Massnahmen hinsichtlich ihres zukünftigen Auftretens im Markt, um sich den veränderten Gegebenheiten anpassen zu können.

TRAININGSINHALTE:

- **Mut zu neuen Kunden**
 - Neue Distributionskanäle eröffnen neue Kunden
 - Das Sanitätshaus als zusätzliche Lotto-Annahmestelle?
- **Akquisition oder Versorgung auf Anfrage?**
 - Vom Außendienstmitarbeiter zum Netzwerkmanager
- **Beratung oder Kunden-Coaching?**
 - Die Selbsterfüllende Prophezeiung: kein Geld
 - Leben Sie noch oder verkaufen Sie schon?
 - Der Endverbraucher im Fokus – Innovative Ansätze im Privat-Markt
 - Empfehlungsmanagement – Wie werden Kunden zu Ihren eigenen Verkäufern?
- **Rezeptannahmestelle oder Dienstleister**
 - Wie sich Dienstleistungen bezahlen lassen
- **Wer Kunden nicht wahrnimmt, den bestraft der Markt**
 - Eine „Mauer“ im Empfangsbereich – Die 3-Säulen des Exzellenten Verkaufens
- **Dialogmarketing statt Gießkannen-Prinzip**
 - Telefon-Marketing und Mehrwert-Strategien
 - Die „23. Hilfsmittel-Schulung“ oder das „Anders-als-Alle-Anderen-Prinzip“
- **Die Notwendigkeit des individuellen Veränderungsmanagements**
 - Wie und wo holt man seine Mitarbeiter zu Veränderungsprozessen ab

ZIELGRUPPE:

- Inhaber
- Geschäftsführer
- Führungskräfte

METHODIK:

- Gruppenarbeiten
- Kurzvorträge

ZEITRAHMEN:

- 1 Tag (9.30 Uhr bis 17.00 Uhr)

TEILNEHMER:

- maximal 15 Personen

TERMINE

18.02.2008	Köln
19.02.2008	Hamburg
20.02.2008	Berlin
21.02.2008	Leipzig
22.02.2008	Dresden
25.02.2008	München
26.02.2008	Stuttgart
27.02.2008	Frankfurt

Wir nehmen an dem Seminar „Von der Zentralwerkstatt zum modernen Dienstleister“ in (bitte eintragen)

_____ am _____ teil

und melden uns verbindlich mit _____ Personen an. Die Gebühr beträgt pro Teilnehmer 239 Euro zzgl. MwSt. und wird erst nach Rechnungserhalt fällig.

Die Teilnahmebestätigung mit dem genauen Veranstaltungsort erhalten Sie nach Zahlungseingang zugesandt.

Anmeldung (gerne auch per Fax: 02 11 / 5 77 08 90) bei:

Gesundheits
PROFi
Die Fachzeitschrift für das Sanitätshaus

Seminar-Service
Postfach 11 12 49
40512 Düsseldorf

Firma: _____

Teilnehmer 1: _____

Teilnehmer 2: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon- bzw. Fax-Nr. (bitte unbedingt angeben): _____

Unterschrift und Datum: _____

Abonnent

Ja Nein