LEMMINGER
& LEMMINGER STEUERBERATER

LOTSE

Juli 2015

n dieser Ausgabe:

mmer diese Erbsenzähler

:ltern werden ist nicht schwer – Elternzeit gestalten aber sehr

:rbschaftsteuer - Schongang für Familienbetriebe?

:igenheimfinanzierung - So spielt die Bank mit

Vie wertvoll ist Ihre Zeit?

\ktives Empfehlungsmarketing – 5 praktische Tipps

Viel Spaß beim Lesen
Ihr Team von Lemminger & Lemminger

Wie wertvoll ist Ihre Zeit?

Der Trick mit dem Fünf-Euro-Schein

„Effizienz ist keine Frage der Zeit. Nur Dummköpfe machen regelmäßig Überstunden." - *Lee Iacocca, Industriemanager*

Um im Leben mehr zu erreichen, müssen Sie Ihre Leistungen höher schrauben. Aber der Tag hat nun einmal nur 24 Stunden, und mir ist klar, dass Sie als Unternehmer wahrscheinlich ohnehin bereits zehn bis zwölf Stunden davon mit Arbeit zubringen. Deshalb verlange ich auch gar nicht von Ihnen, noch mehr Arbeitsstunden hineinzuquetschen. Die entscheidende Frage ist vielmehr: Wie verbringen Sie diese zehn bis zwölf Arbeitsstunden?

Um sich auf die wirklich wichtigen Dinge zu konzentrieren und fokussiert an den Aufgaben mit höchster Priorität zu arbeiten, gibt es einen einfachen psychologischen Kniff, den ich seit einiger Zeit erfolgreich anwende:

Der Trick mit dem Fünf-Euro-Schein

Nehmen wir einmal an, Sie würden mit Ihren Fähigkeiten und Begabungen, Ihrem Wissen und Ihrer Erfahrung 300 € die Stunde verdienen. Zugegeben: 300 € die Stunde ist ein ziemlich sportlicher Satz. Auch wenn Sie (noch) keine 300 € die Stunde verdienen, kann dies eine sehr produktive Vorstellung sein.

Multiplizieren Sie diesen Stundensatz mit acht, und Sie landen bei 2.400 € täglich. Bei fünf Tagen die Woche waren das 12.000 € wöchentlich, d.h. bei nur 44 Arbeitswochen pro Jahr genau 528.000 Euro €. Sie sehen, jetzt geht es ums große Geld.

Dabei bin ich sicher, dass viele von Ihnen tatsächlich mindestens sechs Wochentage jeweils zehn oder sogar zwölf Stunden pro Tag arbeiten. Die oben genannten Zahlen sind also eher zu niedrig angesetzt. Aber das Ziel lautet ja nicht „mehr Arbeitsstunden", sondern mehr aus den Stunden herauszuholen, die wir mit Arbeit zubringen.

300 € pro Stunde lassen sich ideal umrechnen auf fünf Euro die Minute. Um sich besser vorstellen zu können, was das letztendlich bedeutet, holen Sie einen Fünf-Euro-Schein aus Ihrem Geldbeutel, legen Sie ihn vor sich auf den Tisch und betrachten Sie ihn eine Minute lang. Stellen Sie sich vor, dies sei der Wert Ihrer Arbeitszeit.

Geben Sie den fünf Euro einen Rahmen

Um mir den Wert meiner Arbeitszeit stetig vor Augen zu halten, habe ich mir einen Bilderrahmen gekauft und einen Fünf-Euro-Schein hineingeklebt. Über dem Schein steht "Der Wert meiner Zeit", darunter "pro Minute". Der Bilderrahmen steht seither auf meinem Schreibtisch. Bei jedem Telefongespräch oder jeder neu eintreffenden E-Mail fällt mein Blick unweigerlich auf diesen Bilderrahmen.

Als Effekt stellte sich bei mir rasch ein völlig anderer Umgang mit der Arbeitszeit ein. Und ich bin mir sicher, auch Sie werden sehr schnell feststellen: Bei fünf Euro die Minute vergeuden Sie keine Zeit mehr. Denn bei einem Wert von fünf Euro pro Minute werden Sie Ihre Zeit z.B. nicht mehr damit verschwenden, minutenlang abzuwarten, bis jemand ein Telefongespräch beendet hat, von dem Sie eine bestimmte Information benötigen. Sie werden stattdessen eine Nachricht hinterlassen oder es später noch einmal versuchen. Sie werden auch nicht mehr Däumchen drehend in irgendeinem Empfangsbereich herumhocken und auf einen Geschäftspartner warten, mit dem Sie einen Termin vereinbart haben, der aber noch in einer anderen Besprechung festgehalten wird. Stattdessen werden Sie sich angewöhnen, sämtliche Besprechungstermine bestätigen zu lassen. Oder Sie werden sich zu Außer-Haus-Terminen einige Aufgaben mitnehmen, die Sie bearbeiten können, falls eine Verzögerung auftritt. Quasi eine Art "Notfall-Arbeit". Auch auf die Frage des Kollegen oder Mitarbeiters „Haben Sie mal eine Minute?" werden Sie garantiert anders reagieren.

Kurzum: Sie werden den Blick auf Ihre Arbeitszeit schnell verändern. Denn wenn Ihnen erst einmal klar geworden ist, dass Ihre Zeit fünf Euro die Minute wert ist, werden Sie anders damit umgehen. Sie werden sich darauf fokussieren, was Einkommen produziert bzw. Sie Ihren wichtigsten Zielen näher bringt und in diesem Zusammenhang als nächstes unbedingt umzusetzen ist. Sie werden nur noch das tun, was wirklich höchste Priorität genießt, und alles eliminieren, was Ihnen Zeit stiehlt. Sie werden Ihre Konzentration auf das Wesentliche richten.

Setzten Sie sich große Ziele

Wenn Sie Ihre Ergebnisse verbessern wollen, ist es bei dem 5 Euro Trick übrigens von entscheidender Bedeutung, dass Sie keinesfalls Ihren tatsächlichen Stundensatz zugrunde legen, sondern den, den Sie anstreben. Tun Sie ab sofort nichts mehr selbst, was unterhalb dieses angestrebten Wertes liegt!

Die Kosten vertrödelter Zeit

Nehmen Sie sich einen Augenblick Zeit, um zu überlegen, wie Sie einen normalen acht-, zehn- oder zwölfstündigen Arbeitstag verbringen:

- Womit verschwenden Sie am meisten Zeit?
- Überlegen Sie auch, wie viel Zeit damit jeden Tag verloren geht?
- Was könnten Sie tun, um diese Aushöhlung Ihrer Zeit, Energie und Begeisterung zu unterbinden oder zumindest zu mildern?

Am besten, Sie beantworten sich diese Fragen schriftlich.

Ich habe mir einmal erlaubt, die Kosten vertrödelter Zeit in einer Tabelle hochzurechnen. Darin können Sie bequem nachlesen, in welchem Einkommenssegment Sie sich gegenwärtig befinden und wo Sie sich in Zukunft sehen. Und können ganz einfach ablesen, welchen finanziellen Gegenwert dann ein Tag, eine Stunde oder eine Minute für Sie haben wird.

Gerne sende ich Ihnen diese Tabelle auf Wunsch kostenlos zu: Bitte senden Sie mir einfach eine E-Mail an info@martingeiger.com mit dem Betreff „Zeittabelle".

Weitere Tipps für effektivere Zeitnutzung für Unternehmer finden Sie in dem aktuellen Buch:
Martin Geiger – Zeit. Macht. Geld. Die Erfolgsgeheimnisse produktiver Unternehmer - ISBN 978-3-86980-201-5, BusinessVillage 2013, 1. Auflage, 296 Seiten, 24.80 Euro
www.zeit-macht-geld.de

Über den Autor:
Effizientertainer ® Martin Geiger
Der Produktivitätsexperte für unternehmerisch denkende und handelnde Menschen, die anders arbeiten und mehr leben wollen

martin geiger » com
anders arbeiten – mehr leben

www.martingeiger.com

Aktives Empfehlungsmarketing – 5 praktische Tipps, wie Sie dem Zufall auf die Sprünge helfen

Die wirkungsvollste Form des Marketing ist nach wie vor die Weiterempfehlung. Sie genießt die höchste Glaubwürdigkeit bei Interessenten, kostet wenig und hat eine hohe Erfolgsquote.

Interessanterweise wird dieser Bereich trotzdem in vielen Unternehmen stiefmütterlich behandelt. Ob eine Weiterempfehlung erfolgt oder nicht, bleibt dem Zufall überlassen. Und eher wird Geld für Inserate ausgegeben oder eine aufwendige Werbebroschüre erstellt, als diese Energie in die Entwicklung einer Empfehlungsstrategie zu stecken.

Nutzen Sie diese praktischen Tipps, um Ihre Kunden zur Weiterempfehlung zu animieren und ihre besten Werbeträger zu werden.

Tipp Nr. 1 – Die Servicequalität stimmt
Die erste Frage, die sich stellt ist, was Kunden davon abhält, eine Empfehlung auszusprechen.

So banal es klingt: Ihre Kunden müssen spüren, dass Sie Zeit für sie haben. Ansonsten hätten sie das Gefühl, sich mit einer Empfehlung - also zusätzlicher Arbeit für Sie - ins eigene Fleisch zu schneiden.

Leichte Erreichbarkeit, diszipliniertes Rückrufverhalten und die Einhaltung zugesagter Termine sind also unabdingbare Voraussetzung. Damit signalisieren Sie, dass grundsätzlich die Kapazität für weitere Kunden vorhanden ist.

Tipp Nr. 2 - Erfolgskennzahlen ermitteln
Nur was wir messen können, können wir auch managen. Damit Sie die Wirksamkeit Ihrer Aktivitäten überprüfen können, brauchen Sie entsprechende Messgrößen.

„Darf ich fragen, wie Sie auf uns aufmerksam geworden sind?" Diese Frage ist das Herzstück jedes Marketingplans. Denn sie zeigt, welche Maßnahmen erfolgreich sind und welche nicht. Bei jedem Telefonat bzw. Erstgespräch gehört sie am Anfang gestellt und das Ergebnis zentral festgehalten. Am besten schulen Sie Ihre Mitarbeiter, wie das Telefonat mit einem Interessenten optimal abläuft.

So weit möglich, halten Sie in dieser Auswertung nicht nur fest, wer und wie oft sie empfiehlt, sondern auch mit welchen Worten die Kunden Ihr Unternehmen positiv beschreiben. Dadurch erkennen Sie Ihre Stärken und den Nutzen aus Kundensicht und können das bei Ihrer Öffentlichkeitsarbeit weiter verwenden, z.B. als Argumente und Referenzen auf Ihrer Webseite.

Tipp Nr. 3 - Liefern Sie positiven Gesprächsstoff
Die meisten Kunden sind passive Empfehler. D.h.sie sind grundsätzlich zufrieden und bestätigen das, wenn sie von anderen danach gefragt werden. Ansonsten sehen sie aber keinen Anlass, von sich aus über das Unternehmen zu berichten – in einer Studie war in diesem Zusammenhang von „Gelangweilt Zufrieden" die Rede.

Mundpropaganda beginnt immer dann, wenn es etwas Besonderes, Außergewöhnliches zu berichten gibt. Bieten Sie Servicequalität mit der Sie die Erwartungen übertreffen und überraschen Sie Ihre Kunden mit Aufmerksamkeiten, die ihn verblüffen.

Der Fliesenleger, der eine kleine Quietscheente ins frisch geflieste Bad legt. Der Metzger, der an manchen Tagen Rubbellose mit den Worten „Heute schon Schwein gehabt" verteilt. Oder der Installateur, der morgens Semmeln zum Frühstück für die Familie mitbringt. Der Fantasie sind hier keine Grenzen gesetzt. Es sind die kleinen Aufmerksamkeiten, die große Wirkung erzielen.

Tipp Nr. 4 - Die ultimative Frage
Eine Weiterempfehlung ist Ausdruck höchster Zufriedenheit. Fred Reichheld hat in seinem Buch „Die ultimative Frage" festgestellt, dass diejenigen Unternehmen mit den höchsten Empfehlungsquoten langfristig die erfolgreichsten sind.

Nutzen Sie den Abschluss eines Auftrags, in dem Sie um ein Feed-Back bitten. Erstellen Sie sich dazu ein entsprechendes Formular, mit einer Zufriedenheitsskala folgender Art:

> Wie zufrieden sind Sie mit unserer Leistung auf einer Skala von 1 bis 10, wobei 1 bedeutet „Ich werde Sie kein weiteres Mal beauftragen" und 10 bedeutet „Ich empfehle Sie aktiv weiter".

Die meisten Kunden antworten auf dieser Skala mit 7 oder 8 und drücken damit ihre normale (passive) Zufriedenheit aus. Das gibt Ihnen die Chance jetzt zu fragen: „Und was können wir tun, damit Sie uns in Zukunft mit einer 10 bewerten?"
So sind sie mitten im Gespräch über Weiterempfehlung ohne dass es aufdringlich wirkt. Und der Kunde macht sich Gedanken darüber, ob er nicht doch jemanden kennt, dem er von den tollen Leistungen Ihrer Firma erzählen könnte.

Tipp Nr. 5 - Bedanken Sie sich angemessen
In der ein oder anderen Form wird sich wohl jeder für eine Empfehlung bedanken. Sei es telefonisch oder beim nächsten Treffen. Meist bleibt es aber dem Zufall überlassen, ob und in welcher Form das Dankeschön erfolgt.

Dabei bietet sich genau an dieser Stelle die Chance aus passiven Empfehlern aktive zu machen. Stellen Sie erstens sicher, dass jede Empfehlung schriftlich gewürdigt wird. Eine Karte mit dem Text „Herzlichen Dank. Eine Weiterempfehlung ist die schönste Art Zufriedenheit auszudrücken. Wir werden alles tun, damit sich Herr / Frau ...ebenso gut betreut fühlt wie Sie." signalisiert dem Kunden nämlich: „Mach weiter so".

Ansonsten vermitteln Sie Ihrem Mandanten die Botschaft, dass Ihnen die Weiterempfehlung gleichgültig ist. Und er wird in der Konsequenz damit aufhören.

Verbinden Sie zweitens diesen Brief mit einem Geschenk, das er mit anderen teilen kann, beispielsweise eine Flasche Wein mit zwei Gläsern, ein Gutschein für zwei zum Brunch oder zwei Eintrittskarten für ein Konzert.

Und nicht vergessen: Die Mitarbeiter einbeziehen
Wenn Ihre Kunden Sie weiterempfehlen, weil sie zufrieden oder gar begeistert sind, zeigt das, dass Sie Ihre Arbeit gut machen. Aber nicht nur Sie, sondern auch Ihre Mitarbeiter. Bedanken Sie sich persönlich und ggf. mit einem kleinen Präsent also auch bei dem Mitarbeiter, der diesen Kunden bedient hat. Sie werden merken, dass die Mitarbeiter dadurch sensibilisiert werden, ihre Kunden noch aufmerksamer zu betreuen.