

Strategien für die Zukunft

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

Wer nicht mit der Zeit geht, der geht mit der Zeit. Das gilt auch für den Sanitätsfachhandel der Zukunft. Nicht nur 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 2 in GP 1/08).



Axel Ehrhardt

GP: Herr Ehrhardt, die Sanitätshausbranche ist im Umbruch und teilweise verunsichert. Was wollen Sie den Seminarteilnehmern in dieser Situation mitgeben?

Axel Ehrhardt: In den eintägigen Veranstaltungen bekommen sie einen kompakten Überblick über neue strategische und operationale Ansätze zur zukünftigen Unternehmensführung. Zudem erarbeiten wir in kleinen Gruppen konkrete Konzepte mit den entsprechenden Maßnahmen, die dann anschließend in den Unternehmen umgesetzt werden können. Provokativ formuliert lautet das Ziel der Seminarreihe: ‚Weg von dem klassischen Sanitätshaus-Image mit starkem Werkstattcharakter hin zum attraktiven Dienstleister am Markt‘.

GP: Können Sie ein Beispiel geben?

AE: Von den individuellen Sonderversorgungen abgesehen, verliert das Rezeptgeschäft künftig mehr und

mehr an Bedeutung. Was das Sanitätshaus der Zukunft daher braucht, ist nicht nur eine höhere Kundenfrequenz, sondern ebenso eine höhere Kundenbindung und Loyalitätsverhalten. Wie lässt sich dies erzielen? Z.B. über die Einrichtung einer zusätzlichen Lotto-Annahmestelle! Sie mögen jetzt meinen, ich ticke nicht richtig und das mag aus heutiger Sicht unvorstellbar erscheinen, zeigt aber eine der Richtungen auf, in die wir in der Zukunft verstärkt denken müssen. Für den zweiten Gesundheitsmarkt braucht das Sanitätshaus neue attraktive und spannende Produkte bzw. Dienstleistungen, die die Tür in das Sanitätshaus öffnen. Wellness, Anti-Aging, Behinderten-Reisen, Gesundheitsliteratur oder Diät-Beratungen sind Möglichkeiten, die in die Zukunft weisen.

GP: Aber auf diesem Markt tummeln sich doch schon so viele andere Anbieter.

AE: Wo bitte sind diese zu finden, die können Sie doch fast an zwei Händen abzählen. Hier funktioniert allerdings dieser Markt bereits schon. Hier kann man Geld verdienen – wenn man es professionell angeht. Die weit

verbreitete Ansicht, dass der Kunde nichts zusätzlich ausgeben will und kann, ist ein Irrglaube und wird durch diese Aktivitäten klar und eindeutig widerlegt. Hier wird aber auch nicht nur alleine versorgt und/oder beraten, sondern verkauft. Seit Jahren redet diese Branche, wir müssen mehr verkaufen lernen, die Seminare sind teilweise überfüllt, nur wenn Sie sich das einmal kritisch anschauen, viel ist zu diesem Thema bis zum heutigen Tage nicht passiert.

GP: Wann ist der Kunde bereit, eine Dienstleistung oder ein Produkt privat zu finanzieren?

AE: Der Kunde gibt nur dann Geld aus, wenn er sich davon einen Nutzen verspricht. Tiefer in die eigene Tasche greift er also nur, wenn er vom Nutzen und Mehrwert eines Produkts oder einer Dienstleistung überzeugt ist. Nur mit exzellenten Mitarbeitern, exzellenten Produkten kombiniert mit einer exzellenten Atmosphäre, in der Kunden sich wohl fühlen, kann das Sanitätshaus auch ‚exzellente‘ Preise durchsetzen. Daher müssen wir vor allem die Verkaufsmitarbeiter weiterhin fachlich fortbilden und verkäuferisch immer wieder auf's Neue fordern. Wer sich hinter seiner Ladentheke und seinem PC versteckt, wenn Kunden das Geschäft betreten, der kann ja nichts verkaufen. Ich kenne leider noch immer viele Häuser, wo Sie sich fast dafür entschuldigen müssen, dass Sie Kunde sind, weil Sie erst einmal überhaupt nicht richtig wahrgenommen werden. Verkaufen ist wie Schwimmen: Wer sich nicht bewegt, der geht unter!

Fortsetzung in GP 01/2008

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



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 ☐