

## „Verschwende keine gute Krise!“

**10 Tipps**, wie Sie die Krise in eine Chance für Ihr Unternehmen umwandeln



Schon Winston Churchill sagte: „Never let go a good crisis to waste.“

„Time-to-Change“. Das gilt jetzt für viele Unternehmen. Hier ein paar Tipps, wie Sie Ihr Change-Management testalten können, um aus der Krise eine Chance zu machen:

Tipp 1:

**Nutzen Sie die Veränderungen in der Welt, um Ihr Unternehmen von innen zu verändern.**

Wann, wenn nicht jetzt, wollen Sie Verbesserungen, Umstrukturierungen oder den Bürokratie-Abbau umsetzen? Jetzt ist der Widerstand bei Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten am geringsten und die Einsicht, dass es Veränderungen geben muss, am höchsten. Jetzt können Sie handeln und dabei alle mitnehmen. Sie möchten Ihr Sortiment umgestalten? Sich nachhaltiger aufstellen? Nicht profitable Bereiche schließen oder abstoßen? Ihre Vertriebsstruktur verschlanken? Neue Kanäle in Marketing und Werbung nutzen? Ihren Markenauftritt modernisieren? Raumkapazitäten besser ausnutzen? Kollaborative Arbeitstechniken einführen? Die Zeit dafür ist jetzt.



Machen Sie etwas Großes aus ihrem Unternehmen. Beantworten Sie die Frage, warum Ihr Unternehmen die Welt besser macht.

Tipp 2:

### **Fragen Sie nach dem „Warum?“**

Nutzen Sie die Gelegenheit, sich zu fragen: „Warum gibt es mein Unternehmen?“. Was ist die Unternehmens-Mission, was die Vision? Seien Sie ehrlich zu sich selbst. Wenn Sie keine vernünftige Antwort auf die Frage nach dem Warum haben, befinden Sie sich in illustrierter Gesellschaft. Schaffen Sie sich jetzt einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil, indem Sie die Frage nach dem Warum so klar und trennscharf wie möglich beantworten. Gehen Sie noch ein Stück weiter und fragen Sie sich ehrlich: „Wie macht mein Unternehmen die Welt ein bisschen besser?“ Wenn Sie darauf keine Antwort finden, sollten Sie Ihre Unternehmensphilosophie noch einmal überarbeiten.

Tipp 3:

### **Checken Sie die Schwächen Ihrer Wettbewerber.**

Überprüfen Sie, ob Ihre Wettbewerber Schwächen gezeigt haben. Haben nicht liefern können? Den Service einstellen müssen? Die Kommunikation ausgesetzt? Kunden verärgert? Es gibt mit Sicherheit auch in Ihrer Branche viele Unternehmen, die ihre Leistung in Corona-Zeiten nicht bringen konnten. Gehen Sie gezielt deren Kunden an und versprechen Sie eine 100 %-Leistung jetzt nach Corona. Die Kundenloyalität ist in Corona-Zeiten gesunken. Die Bereitschaft den Anbieter zu wechseln steigt. Überlegen Sie sich genau, welche Kanäle

Tipp 4:

### **Senken Sie Ihre Kosten.**

Überprüfen Sie alle Verträge und verhandeln Sie Ihre Verträge neu. Aufgrund von Corona werden Ihnen viele Lieferanten und Dienstleister erheblich entgegen kommen. Kosteneinsparungen von bis zu 50 % und mehr sind möglich.

Tipp 5:

### **Machen Sie jetzt Ihre Marke bekannt.**

So günstig wie heute werden Sie nicht so bald wieder Werbeplätze kaufen können und Kampagnen realisieren. Profitieren Sie von der wesentlich höheren relativen Aufmerksamkeit für Ihre Werbung. Sie sind praktisch alleine. Die meisten Ihrer Konkurrenten haben noch nicht wieder Gas gegeben. Sie haben also fast die ungeteilte Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe. Wann kann man darauf wieder hoffen. Selbst TV-Kampagnen sind jetzt bezahl-

Tipp 6:

### **Nutzen Sie ab jetzt die Möglichkeiten des Internets konsequent.**

Da Akzeptanz für Veränderungen war noch nie so groß wie heute. Ergreifen Sie diese Chance. Bereinigen Sie Ihre Agenturstrukturen. Arbeiten Sie über die vielen verschiedenen Plattformen wie freelancer.com, fiverr.com, twago.com, freelancer.de, malt.de etc. global zu extrem günstigen Preisen. Sie erhalten mehr Qualität zu viel günstigeren Kosten. Und Ihre



Feste Arbeitsplätze sind von gestern. Heute gilt das „Hot Desk“ Prinzip. Jeder sucht sich jederzeit einen freien Arbeitsplatz. Heute hier. Morgen dort.

Tipp 7:

## **Halbieren Sie den Platzbedarf für Ihr Office.**

Nie war die Akzeptanz für Home Office Arbeit bei Mitarbeitern, Kunden oder Lieferanten größer. Aber denken Sie den Gedanken zu Ende. Wenn in Zukunft die Hälfte Ihrer Mitarbeiter von zu Hause arbeitet und die großen Meetings, die alle Konferenzräume bis zum tz ausgelastet haben, entfallen, dann brauchen Sie nicht mehr so viel Platz wie vor Corona. Ziehen Sie die Konsequenzen. Nehmen Sie Untermieter mit rein oder sparen Sie sich ein-

Tipp 8:

## **Verlieren Sie die Kontrolle.**

Ja, es ist wahr: im Home-Office können Sie Ihre Mitarbeiter nicht kontrollieren, wie lange sie Pinkelpause machen oder wie viele Zigaretten sie auf dem Innenhof geraucht haben. Aber machen Sie sich nichts vor: Echte Kontrolle gibt es nicht. Kontrolle ist nicht gut. Vertrauen ist besser. Verantwortung am besten. Übertragen Sie Ihren Mitarbeiter Aufgaben und legen Sie Verantwortung in ihre Hände. Sie werden sehen: Ihre Mitarbeiter werden über sich hinaus wachsen, die Jobs zu erledigen. Auch von zu Hause aus. Sie müssen nur für das nötige technische Framework sorgen. Schließlich soll es Ihnen nicht so gehen, wie Vater Staat, dessen Mitarbeiter im Home Office nicht arbeiten konnten, weil sie keinen

Tipp 9:

## **Investieren Sie jetzt in Technologie.**

Sorgen Sie jetzt für leistungsfähige Service, modernisieren Sie jetzt Ihre Hardware-Ausstattung. Nichts ist teurer als eine ungenügende Internet-Performance oder ein überalterter PC, der die meiste Zeit die Sanduhr für Ladevorgänge anzeigt. Die Investition in Ihre digitale Infrastruktur macht sich innerhalb von Wochen bezahlt. Je mehr Sie in Technologie investieren, desto weniger Personal brauchen Sie. Und Ihre Personalkosten sind schließlich der größte Kostenblock.

Tipp 10:

## **Bleiben Sie angriffslustig.**

Denken Sie dran: Schlechte Zeiten sind gut für gute Leute. Noch nie war die Gelegenheit so günstig, einzementierte Märkte aufzubrechen und im Zuge der Neuordnung, sich selber ein großes Stück davon abzuschneiden. Sie spielen hier nicht gegen den Abstieg. Sie spielen um den Aufstieg. Und so sollten Sie agieren. Das Jammern können Sie ruhig den anderen überlassen.



Erkennen Sie die positiven Seiten der Krise und bleiben Sie optimistisch.

## **Wir:**

lawinenstift ist eine extrem erfahrene Projektagentur, die schon viele renommierte Kunden beim Markenrelaunch oder Digital Change Prozess begleitet hat. Wir arbeiten kanalneutral, sind extrem schlank aufgestellt und sind deshalb nicht nur schnell, sondern auch sehr effizient.

## **Unsere Mission**

Wir helfen unseren Kunden, ihre Kommunikation und ihr Marketing neu aufzustellen.

## **Unser Anspruch**

Wir sind ein Teil der Lösung. Nicht ein Teil des Problems. Wir passen unsere Empfehlungen individuell an die Möglichkeiten und Bedürfnisse unserer Kunden an.

## **Unser USP**

Wir beteiligen uns auch an der Umsetzung unserer Empfehlungen und lassen Sie nicht einfach mit einem dicken Konzeptpapier allein.

## **Interesse an einem ersten unverbindlichen Beratungsgespräch?**

Schicken Sie eine Mail an **Stefan Litwin**  
Oder rufen Sie uns an: **0171/1431601**