

Erste Hilfe Unternehmenserfolg - aus den alten China

von Dipl.-Kfm. Andreas Binder, Berlin

Copyright: BINDER - Der Wirtschaftsdienstleister, Andreas Binder, Berlin. Alle Rechte vorbehalten.

1

1. Taktik

➤ Erkennen und umsetzen

Der geschickte Geschäftsmann setzt zugleich berechenbare und überraschende Taktiken ein. So kann ihn der Mitbewerber nicht einschätzen.

Vergleichbar einem Wasser mit niedrigen und hohen Wellen. Wie ein Falke stürzt er sich dann im geeigneten Augenblick auf sein "Opfer" - wissend, welche Beute den größten Erfolg bringt.

2. Planung

➤ Beurteilen nach Einschätzung der Lage

Der kluge Geschäftsmann macht sich ein Bild von sich und seinen Mitbewerbern:

Eigenschaften:

Identifizierung seiner Kunden mit seinen Absichten.

Umfeld:

Sondierung des optimalen Marktes für seine Produkte.

Arbeitsweise und Organisationsform:

Finanzierung, Kapitalstruktur, Ausbildung der Mitarbeiter, technologische Ressourcen.

Führungskompetenz:

Selbstachtung, Zielorientiertheit, Leistungsbereitschaft, Wissen, Kooperationsbereitschaft.

Wissen:

Zeitnahes Update von Informationen.

3. Strategie

➤ Vorbereiten und Positionieren

Der erfolgreiche Geschäftsmann weiß, wie er gewinnen kann bevor er die Initiative ergreift:

- + Fakten bestimmen die Situation,
- + die Situation die Handlungsalternativen,
- + die Handlungsalternativen die Erfolgchancen,
- + die Erfolgchancen das Handeln.

4. Souveränität und Flexibilität

➤ Schaffen neuer Möglichkeiten

Der clevere Geschäftsmann lenkt seine Mitarbeiter aus einer uneinnehmbaren Position. Er nennt Bereiche sein Eigen, die sein Gegner noch nicht einmal erahnt.

Dabei verfolgt er geheime Strategien ohne erkennbare Form und berücksichtigt die Möglichkeit von Gewinnen, aber auch Verlusten.

Ist der Mitbewerber

leichtsinnig,
vergeudet er seine Ressourcen.

unentschlossen,
können Sie sich seine Ressourcen aneignen.

von sich eingenommen,
können Sie ihn mit Schmeicheleien verwirren.

beliebtheits-orientiert,
wird er zögern, unpopuläre Entscheidungen zu treffen.