

# **Inhaltsverzeichnis**

## **Heckner, Erfolgreiche Unternehmensführung im Elektrohandwerk**

### **0 Allgemeiner Teil**

- 0.1 Zur Entstehung des Ordners
- 0.2 Zum Inhalt des Ordners
- 0.3 Zur Arbeit mit dem Ordner
- 0.4 Literatur 0.6 Register

### **1 Analyse des Unternehmers**

- 1.1 Anforderungen an den Unternehmer
- 1.2 Durch Selbstanalyse zur Selbsterkenntnis
- 1.3 Analyse der Arbeitsgewohnheiten
- 1.4 Analyse der Lebensgewohnheiten
- 1.5 Zeitanalyse für den Unternehmer
- 1.6 Persönliche Stärken- und Schwächenanalyse
- 1.7 Egon Strom motiviert sich selbst
- 1.8 Egon Strom mit neuen Zielen

### **2 Analyse des Unternehmens**

- 2.1 Wirtschaftliche Situation
- 2.2 Analyse der betrieblichen Zahlen
- 2.3 Das Unternehmen im Branchenvergleich
- 2.4 Effizienz des Personaleinsatzes
- 2.5 Kalkulation auf der Basis von Selbstkosten
- 2.6 Privatentnahmen und deren Auswirkungen auf die Betriebsfinanzierung
- 2.7 Betriebswirtschaftliche Kennzahlen
- 2.8 Portfolioanalyse zur Ermittlung zukunftssträchtiger Geschäftsfelder
- 2.9 Standortbestimmung durch Unternehmensanalyse – "Betriebs-Check"

### **3 Marktanalyse**

- 3.1 Allgemeine Marktsituation
- 3.2 Situation des Elektrohandwerks und die Auswirkungen auf den einzelnen Betrieb
  - 3.2.1 Ware Strom
  - 3.2.2 Auswirkungen der gesamtwirtschaftlichen und Branchen-Situation auf den Elektrohandwerks-Betrieb
  - 3.2.3 Veränderungen in der Auftragsvergabe und im Kundenverhalten
  - 3.2.4 Planer und Projektanten
  - 3.2.5 Verdrängungswettbewerb
  - 3.2.6 Zusammenfassung
- 3.3 Analyse der eigenen Marktposition
  - 3.3.1 Wettbewerbsanalyse
  - 3.3.2 Ermittlung des Marktanteils
  - 3.3.3 Kundenbefragung
  - 3.3.4 Kundenzufriedenheits-Anruf und persönliches Gespräch

- 3.4 Kundenanalyse
- 3.5 Lieferantenanalyse

## **4 Definition der persönlichen und betrieblichen Ziele**

### 4.0 Ziele – wozu?

#### 4.1 Persönliche Ziele

- 4.1.1 Persönliches Leitbild
- 4.1.2 Lebenswunschbild
- 4.1.3 Realisierbarkeitsanalyse
- 4.1.4 Zielsetzung
- 4.1.5 Persönliche Ziele des Lesers

#### 4.2 Betriebliche Ziele

- 4.2.1 Gewinn- und rentabilitätsorientierte Ziele
- 4.2.2 Liquiditätsorientierte Ziele
- 4.2.3 Markt- und kundenorientierte Ziele
- 4.2.4 Personalwirtschaftlich orientierte Ziele
- 4.2.5 Produktionsorientierte Ziele
- 4.2.6 Richtige Zielsetzung im Bereich der betrieblichen Ziele
- 4.2.7 Betriebliche Ziele des Lesers

#### 4.3 Entwicklung eines Firmenwunschbildes: Die Firmenphilosophie

#### 4.4 Unternehmensleitbild

## **5 Selbstorganisation und Zeitmanagement**

### 5.1 Der bewusste Umgang mit der Zeit

#### 5.2 Die 12 "goldenen Regeln" des Zeitmanagements

- 5.2.1 Setzen Sie Prioritäten und unterscheiden Sie zwischen "eilig" und "wichtig"
- 5.2.2 Planen Sie Ihre wichtigen Arbeiten so wie wichtige Termine mit Ihren Kunden
- 5.2.3 Planen Sie den Tag am Abend vorher
- 5.2.4 Führen Sie Ihren Aufgabenplan laufend und streichen Sie durch, was erledigt ist
- 5.2.5 Beginnen Sie morgens sofort mit der Arbeit
- 5.2.6 Versehen Sie jede Tätigkeit mit Zeitvorgaben
- 5.2.7 Führen Sie Besprechungen systematisch, ziel- und ergebnisorientiert
- 5.2.8 Telefonieren Sie professionell
- 5.2.9 Sagen Sie öfter "Nein"
- 5.2.10 Delegieren Sie Ziele anstatt Tätigkeiten
- 5.2.11 Fassen Sie jedes Blatt Papier nur einmal an
- 5.2.12 Nutzen Sie öfter Ihren Papierkorb

## **6 Betriebsorganisation**

### 6.0 Was bringt Betriebsorganisation?

#### 6.1 Organisationsrichtlinien und -vorschriften

- 6.1.1 Ordnung schafft Platz
- 6.1.2 Projekte optimal planen und steuern

- 6.1.3 Organisation von Besprechungen
- 6.1.4 Arbeitszeitkonten und ergebnis orientierte Entlohnung
- 6.1.5 Organisationshandbuch: Standard-Aufgaben dokumentieren

## 6.2 Individuelle Situationsanalyse, bezogen auf die operativen Prozesse im Betrieb von Egon Strom

- 6.2.1 Interview mit Egon Strom – Fragen an den Unternehmer
- 6.2.2 Interview mit dem Meister Josef Volt – Fragen an den Mitarbeiter
- 6.2.3 Analyse der Fa. Egon Strom bezüglich Betriebsorganisation und Zielsetzung
- 6.2.4 Checkliste zur organisatorischen Ist-Analyse

## 6.3 "Prozesse" im Elektro-Handwerksbetrieb

- 6.3.1 Allgemeines
- 6.3.2 Zeit- und Arbeitsaufwand für Prozesse im Elektro-Handwerksbetrieb
- 6.3.3 Kernprozess "Angebot/Auftrag"
- 6.3.4 Muster des idealen Prozesses "Angebot/ Auftrag" in Form eines "Flow-Charts"
- 6.3.5 Checkliste "Angebot/Auftrag"

## 6.4 Werkzeuge zur Steuerung und Umsetzung der Arbeitsprozesse

- 6.4.1 Software als Arbeitsmittel und Instrument zur Prozesssteuerung
- 6.4.2 Checkliste "Software"

## Anhang 6 Die Fachorganisation informiert

# 7 Personalmanagement

## 7.1 Überblick

## 7.2 Der Weg des Mitarbeiters im Unternehmen

- 7.2.1 Grundsätze der Personalsuche und -integration
- 7.2.2 Berufliche Ausbildung
- 7.2.3 Berufliche Fort- und Weiterbildung

## 7.3 Grundlagen der Mitarbeiterführung

- 7.3.1 Allgemeines
- 7.3.2 Selbstvertrauen ist die Voraussetzung für selbstbewusstes Auftreten
- 7.3.3 Erst Erwartungen formulieren, dann Forderungen stellen
- 7.3.4 Die Mitarbeiter sind Botschafter jedes Betriebes
- 7.3.5 Aufgaben von Führungskräften

## 7.4 Mitarbeitermotivation

## 7.5 Jahresgespräch

## 7.6 Organigramm

## 7.7 Stellenbeschreibungen

## 7.8 Informationssammlung durch Mitarbeiterbefragung

## 7.9 Kündigung von Mitarbeitern

# 8 Marktauftritt und Öffentlichkeitsarbeit

## 8.0 Einführung

### 8.1 Firmenerscheinungsbild

- 8.1.0 Ausgangssituation
- 8.1.1 Firmenlogo
- 8.1.2 Geschäftspapiere
- 8.1.3 Optik des Betriebes
- 8.1.4 Besprechungszimmer
- 8.1.5 Fuhrpark
- 8.1.6 Baustellenwerbung
- 8.1.7 Firmenkleidung
- 8.1.8 Firmenprospekt
- 8.1.9 Angebotsmappe
- 8.1.10 Referenzmappe

### 8.2 Der Umgang mit den Kunden 8.2.1 Zielgruppenorientierte Marketingaktivitäten

- 8.2.2 Kundenansprache
- 8.2.3 Kundenberatung
- 8.2.4 Angebotsabgabe und Angebotsnachbearbeitung
- 8.2.5 Abrechnungsverhalten
- 8.2.6 Reklamationsverhalten
- 8.2.7 Kundenpflege
- 8.2.8 Werbegeschenke

### 8.3 Möglichkeiten der Werbung

- 8.3.1 Werbemöglichkeiten
- 8.3.1 Werbeplan
- 8.3.2 Anzeigenwerbung
- 8.3.3 Direktwerbung mit Direct-Mailing
- 8.3.4 Plakatwerbung
- 8.3.5 Verkehrsmittelwerbung
- 8.3.6 Sport- und Vereinswerbung
- 8.3.7 Telefonbuchwerbung
- 8.3.8 Empfehlungskarte
- 8.3.9 Internetauftritt/Öffentlichkeitsarbeit

### 8.4 Öffentlichkeitsarbeit

- 8.4.1 Egon Stroms Rolle in der Öffentlichkeit
- 8.4.2 Tag der offenen Tür
- 8.4.3 Teilnahme an (regionalen) Ausstellungen
- 8.4.4 Sponsern und Spenden
- 8.4.5 Pressearbeit/Pressemitteilung

Anhang 8 Die Fachorganisation informiert

## **9 Kontrolle**

### 9.1 Erfolgskontrolle

- 9.1.1 Selbstkontrolle des Unternehmers
- 9.1.2 Ablaufkontrolle
- 9.1.3 Ergebniskontrolle
- 9.1.4 Reklamationskontrolle
- 9.1.5 Marketing-Tagebuch und Ideenliste
- 9.1.6 ERFA-Arbeit (Erfahrungsaustausch)

## 9.2 Betriebswirtschaftliche Kontrolle

- 9.2.1 Betriebswirtschaftliche Erfolgskontrolle
- 9.2.2 Einkaufskontrolle
- 9.2.3 Finanzkontrolle
- 9.2.4 Ergebnis des ersten "Marketing-Jahres"

## **Schlussbemerkung**