

Erfolgssträhne in Ihrem Unternehmen: Vergessen Sie die Weiterentwicklung nicht!

In meinen Gesprächen mit Kunden, vor allem Solo-Unternehmern, kommt immer wieder folgende Frage auf: Was kann man machen, wenn es denn gerade gut läuft? Sei es für das Unternehmen, **die eigene Weiterentwicklung** und für das Neugeschäft. **Im stressigen Tagesgeschäft** all die akquise- und unternehmenstechnischen Projekte umzusetzen, die man im Kopf hat, ist oft schwer – zum Beispiel die Gestaltung eines Webinars, Onlinekurses oder eine Video-Produktion.

Wie viel Zeit verkaufen Sie?

Überlegen Sie mal: Wie viel produktive Zeit verkaufen Sie, wie viel nutzen Sie für die Unternehmensentwicklung? Es gibt keine festen Formeln – wichtig ist, eine eigene Strategie zu entwickeln. Hilfreich können auch Seminare und Workshops zur Selbstorganisation sein, um bei guter Auftragslage eigene Ideen voranzutreiben, die nicht direkt mit aktuellen Jobs, aber doch mit der eigenen Weiterentwicklung zu tun haben. Ebenso sollte man sich Dingen widmen, welche vor dem gefürchteten Auftrags-Loch schützen.

Klarheit über Ihre Prioritäten

Verschaffen Sie sich Klarheit, wie viel Ihrer Zeit Sie für Ihre Kunden arbeiten und wie viel Zeit Sie für Ihre Unternehmensentwicklung investieren möchten. Was sind Ihre Prioritäten:

- Was ist das aktuell wichtigste Projekt, das Sie umsetzen möchten?
- Wie viel Zeit möchten Sie investieren?
- Welche Unterstützung benötigen Sie dafür?
- Wer kann Sie dabei unterstützen?
- Wie bauen Sie das in laufende Kundenprojekte ein?

Behalten Sie die Übersicht!

Die Kontinuität macht's – Sie können sich Ihre Aktivitäten in eine Jahresübersicht eintragen, z.B. in rot für die Unternehmensentwicklung, in grün für laufende Kundenprojekte, in blau für Akquise und Marketingaktionen. So haben Sie die Übersicht und sehen Ihre Erfolge, gleichzeitig halten Sie alle Bälle in der Luft. Um sich Freiraum für die Unternehmensentwicklung zu schaffen und trotzdem „sichtbar“ zu bleiben, ist es hilfreich wenn Sie:

- ein Netzwerk haben, dieses stetig pflegen und sich gegenseitig empfehlen
- Kooperationspartner haben, die Sie bei Ihrer Zielgruppe ins Gespräch bringen (und umgekehrt)
- zufriedene Kunden haben, die als Multiplikatoren für Sie sprechen
- Social-Media-Kanäle nutzen, wie Xing, Facebook, Google+

All diese Maßnahmen unterstützen Ihre Akquise und Ihr Marketing. Auch das gemeinsame Auftreten mit Kooperationspartnern, etwa auf einer gemeinsamen Website, betont die Synergien und anderen Vorteile, die ein potenzieller Kunde dadurch hat.

Praxistipp

Planen Sie ein festes, regelmäßig wiederkehrendes Zeitfenster für Ihre Unternehmensentwicklung ein – und blocken Sie dies auch im Kalender. Sie werden erstaunt sein, wie schnell Sie sich an Ihren persönlichen „Dienstag-Mittag“ gewöhnt haben.

Mehr Informationen unter: www.akquise-plus.de oder auf dem [Blog](#) der **Autorin Christina Bodendieck**.