

Der Unternehmertest

14 inspirierende Fragen für Unternehmer und Gründer



s.m.a.r.t. Management Consulting GmbH

Markus M. Hörlein

Der Unternehmertest - 14 inspirierende Fragen und Antworten für Unternehmer und Gründer

Dieser Test wurde konzipiert für bereits etablierte Unternehmer und für Gründer, die ihr Unternehmen aufbauen.

Die Fragen und die Antwortvorgaben sollen Sie dabei unterstützen, etwaige Optimierungsmöglichkeiten oder Schwachstellen zu identifizieren. Die Erläuterungen nach jeder Frage geben Ihnen erste Hinweise auf Schwachstellen und was es bedarf, um diesen erfolgreich zu begegnen. Dabei kann dieser kurze Test, der an der Oberfläche bleiben muss, und die nachfolgenden Erläuterungen eine qualifizierte Analyse und Beratung selbstverständlich nicht ersetzen.

Fühlen Sie sich persönlich fit und fachlich kompetent für die Herausforderungen, denen Sie als Unternehmer begegnen bzw. künftig begegnen werden?

o Ja, ich habe mich gut vorbereitet auf meine Aufgaben als Unternehmer. Ich fühle mich in jeder Hinsicht fit, mich wird so schnell nichts erschüttern.

o Ich habe mich schon vorbereitet auf die neuen Anforderungen. Aber ich merke zuweilen auch, dass ich an meine Grenzen komme.

o Nein, eigentlich fühle ich mich noch nicht so wirklich souverän in meiner Rolle.

Es gibt zu praktisch allen Berufsbildern qualifizierende Ausbildungen, zumeist ist eine solche Ausbildung sogar verpflichtend. Nur zur vermutlich anspruchsvollsten beruflichen Aufgabe, der des Unternehmers, gibt es faktisch keine Ausbildung. So werden Menschen, die in ihrem jeweiligen Fachgebiet als Angestellte oft sehr erfolgreich waren, Unternehmer in der Hoffnung, auch als Unternehmer erfolgreich zu werden - und scheitern nicht selten. Warum? Weil es grundsätzlich anderer Qualifikationen und Kompetenzen bedarf, um auch als Unternehmer erfolgreich zu werden.

Die meisten Gründer wären natürlich sehr wohl in der Lage, diese Kompetenzen zu erwerben und dann den „Beruf“ des Unternehmers mit Erfolg auszuüben. Nur: Zumeist sind Gründer oder Unternehmer in der Aufbauphase gar nicht darüber im Klaren, dass sie als Unternehmer vollkommen andere Qualifikationen benötigen und andere Stärken entwickeln müssen als sie als angestellter Spezialist benötigten.

Sind Sie sich als Unternehmer 100%ig sicher, dass Sie genau auf dem richtigen Weg

sind?

o Ja, ich mache genau das richtige und bin auf dem besten Weg. Davon bin ich überzeugt.

o Wenn es schon mal Misserfolge gibt, dann muss ich schon drüber reflektieren. Aber dann weiß ich wieder, dass ich richtig bin.

o Seit ich als Unternehmer unterwegs bin, habe ich schon oft darüber nachgedacht, meinen Weg zu verändern. Ganz sicher bin ich mir eigentlich bis heute nicht.

Viele Unternehmer starten Ihr Unternehmen mit dem erstbesten, scheinbar nahe liegenden Geschäftskonzept und versuchen, möglichst schnell ins konkrete Handeln zu kommen. Oft werden dabei Erfolg versprechende Möglichkeiten und Optionen zu spät oder gar nicht erkannt.

Auch der Weg für die Entwicklung des eigenen Unternehmens wird allzu oft nicht konkret geplant, Entscheidungen fallen spontan, situativ und letztendlich oft nicht optimal. Das größte Problem ist jedoch, wenn Unternehmer von ihrem eigenen Angebot nicht zu 100% überzeugt sind. Dann stellen sich Zweifel ein, die nagen, immer größer werden und den Unternehmer sukzessive vom Weg abbringen können. Außerdem wird jeder Unternehmer seinen eigenen Kunden gegenüber unglaubwürdig, die diese Zweifel - oft nur unterbewusst - wahrnehmen. Ergo: Wenn Sie selber von Ihrem Angebot nicht zur Gänze und aus vollem Herzen überzeugt sind, werden Sie Schwierigkeiten haben, Ihre Kunden zu überzeugen.

Haben Sie eine klare Vision, wofür Ihr Unternehmen auf lange Sicht stehen soll? Wie ist Ihre Vision für Ihr Unternehmen z.B. in 5 Jahren?

o Ja, ich habe eine ganz klare Vorstellung. Ich kann mir mein künftiges Unternehmen ganz konkret vorstellen.

o Es wäre sicher gut, ein konkretes Bild zu haben. Aber mir fällt es irgendwie schwer, ein solches Bild zu entwickeln.

o Nein, ich habe heute keine konkrete Vorstellung darüber, wie mein Unternehmen künftig sein wird.

Eine langfristige Vision des eigenen Unternehmens zu haben, ist eine der wesentlichen Voraussetzungen für den unternehmerischen Erfolg. Dabei sollten Sie eine konkrete, am besten sogar bildhafte, Vorstellung darüber haben, wie Ihr Unternehmen mittel- und auf lange Sicht sein soll, wie die Büroräume aussehen, welche Mitarbeiter es beschäftigt und welche Kunden es haben wird. Am besten fassen Sie Ihre Vision für Ihr Unternehmen in Worte und fixieren Sie diese unbedingt schriftlich.

Entwickelt sich Ihr Unternehmen aus Ihrer Perspektive zufrieden stellend? Haben Sie genügend Kunden, sind Ihre Aufträge inhaltlich, aber auch finanziell attraktiv?

o Ja, ich bin vollauf zufrieden. Es könnte eigentlich kaum besser sein.

o Das Ganze gestaltet sich schon deutlich schwieriger als ich es mir ursprünglich vorgestellt hatte. Auch hätte ich schon gerne interessantere und lukrativere Aufträge.

o Ich bin nicht zufrieden, ich hatte mir deutlich mehr erhofft. Die Situation, wie sie jetzt ist, muss sich wirklich ändern.

Ihre Auftragslage, also die Zahl und die Art/Qualität der Aufträge ist immer ein klares Indiz dafür, ob Sie mit Ihrem Unternehmen auf dem richtigen Weg sind und alle Erfolgsfaktoren stimmen.

Mein Tipp: Meistens finden sich die entscheidenden Ursachen für zu geringen Erfolg nicht primär in den operativen Bereichen, sondern vor allem im Grundsätzlichen. Es lohnt sich stets über die eigene Basis nachzudenken und hier ggf. mit Veränderungen anzusetzen.

Fokussieren Sie sich mit Ihrem unternehmerischen Angebot auf das, was Sie als Unternehmer am besten können und am liebsten tun?

o Ich tue tatsächlich das, was ich richtig gerne tue, was mir viel Freude macht. Für mich ist es wirklich einfach perfekt.

o Ganz ehrlich: So spontan weiß ich gar nicht so genau, was ich am besten kann. Eigentlich eigenartig...

o Nein, das tue ich zurzeit nicht. Ich habe mich eher pragmatisch für meine Tätigkeit entschieden, es gab dafür viele gute Gründe.

Bestimmt ist es nahe liegend, dass der Unternehmer besonders erfolgreich werden wird, der das tut, was ihm am besten liegt und am meisten Freude macht. (Übrigens: Erfolg lässt sich selbstverständlich nicht nur in Geld, sondern auch in anderen „Währungen“ messen.) Allerdings hatten viele Menschen noch nie die Gelegenheit, für sich herauszufinden, was sie liebend gerne und damit auch besonders gut machen. Denn oft waren sie Opfer der Gegebenheiten und haben weder die Freiheit noch die Methoden gehabt, die eigenen Stärken herauszufinden und dann zu leben.

Als Unternehmer ist es für Ihren Erfolg besonders wichtig, dass Sie Ihre Stärken zum Fundament Ihrer unternehmerischen Aktivitäten machen. Wenn Sie diese noch nicht kennen, gilt es diese herauszufinden und zu berücksichtigen.

Können Sie Ihre Zielgruppe genau – also anhand weniger Merkmale – präzise beschreiben?

o Ja, ich kann diese mit wenigen Worten eindeutig beschreiben. Und habe so etwas wie ein genaues Bild meiner Kunden vor meinem inneren Auge.

o Nein, ich habe für mein Angebot eine große Zielgruppe. Deshalb kann ich diese vielleicht auch nicht so eindeutig beschreiben.

o Es gibt so viele Menschen, die mein Angebot gebrauchen können. Deshalb kann ich meine Zielgruppe gar nicht so richtig eingrenzen.

Wenn Sie Angebote machen wollen, die Ihre Kunden wirklich begeistern, dann sollten Sie deren Bedürfnisse möglichst genau kennen. Je genauer Sie Ihre Zielgruppe eingrenzen können, desto besser können Sie die Angebote konzipieren, nach denen Ihre Kunden tatsächlich suchen.

Viele Unternehmer haben allerdings die Sorge, potenzielle Kunden auszugrenzen. (Leider machen sie sich damit allerdings zumeist Sorgen um Kunden, die sich aufgrund ihres unspezifischen Angebotes ohnehin nicht für ihr Unternehmen entschieden hätten.) Fragen Sie sich: Brauche ich für den Erfolg meines Unternehmens tatsächlich alle Kunden, die meine Leistung überhaupt grundsätzlich nachfragen könnten? Oft stellt sich dann raus, dass das ohnehin viel zu viele Kunden wären und man als Unternehmer nur eine kleine Gruppe von Kunden für sich gewinnen muss, um sehr erfolgreich zu sein.

Wodurch unterscheidet sich die Leistung/das Angebot Ihres Unternehmens ganz konkret von dem Ihrer Wettbewerber? Sind Sie sicher, dass diese Unterscheidung aus Sicht Ihrer Kunden so ist, dass sie ihre Kaufentscheidung danach ausrichten?

o In meinem Markt habe ich ein wirklich exklusives Angebot, da bin ich einmalig.

o Ich hätte schon gerne ein eigenständiges Angebot, bin aber nicht sicher, ob unsere Fähigkeiten dafür reichen.

o Objektiv betrachtet biete ich eigentlich fast das Gleiche wie alle anderen an.

Nur zu oft bieten viele Unternehmer das Gleiche an und wundern sich dann, wenn der Kunde beginnt, den Preis zu drücken. Sie sollten besser anders agieren: Finden Sie heraus, was Sie (zusätzlich zu Ihrer eigentlichen Basisleistung) besonders gut können, wo Ihre Stärken sind. Machen Sie diese Stärken dann zu Ihrem Unterscheidungsmerkmal, zu dem Angebot, das für die Kunden, die ein solches Angebot bevorzugen, mehr Wert hat als das eigentliche Basisangebot.

Die auf Ihren Stärken basierende Mehrleistung macht Ihr (eigentlich austauschbares) Basisangebot individuell und (für die richtige Zielgruppe) zu einer wirklich attraktiven Leistung. Da jedes Unternehmen und jeder Unternehmer ganz individuelle Stärken hat, ist es recht wahrscheinlich, dass Sie sich in Ihrem Markt positiv zur Konkurrenz unterscheiden werden.

Wissen Sie, welche Leistungen Ihre Zielgruppe im Zusammenhang mit Ihrem Angebot sucht?

Wissen Sie, welches Bedürfnis hat Ihre Zielgruppe, wenn Sie Ihre Leistung nachfragt?

o Ja, das habe ich ganz exakt herausgefunden. Ich habe deshalb mit etlichen Vertretern meiner Zielgruppe gesprochen. Die nützlichen Anregungen, die ich erhielt, habe ich bei meinen Angeboten selbstverständlich berücksichtigt.

o Das ist mir schon recht klar, schließlich kenne ich meine Zielgruppe schon ganz gut. Allerdings habe ich mit meiner Zielgruppe noch nicht darüber gesprochen.

o Sicher wäre es gut, sich mehr Gedanken darüber zu machen, was die Kunden wollen. Bislang habe ich mich vor allem darauf konzentriert, wie ich meine Leistung erbringe.

Viele Unternehmer haben eine „Anbieterperspektive“, d.h. sie orientieren sich hauptsächlich an ihrem Angebot und dessen Erstellung. Diese Blickrichtung verstellt aber die Sicht auf die Bedürfnisse der Kunden, besser ist also immer in die „Kundenperspektive“ zu gehen. Oft ist Ihre Leistung aus Sicht Ihrer Kunden nur Teil mehrerer Leistungen, die erst miteinander den Nutzen ergeben, den der Kunde wirklich sucht. Ein Beispiel: Ein Kunde möchte ein zeitgemäßes Badezimmer haben. Dann sind z.B. die erforderlichen Installationsarbeiten ein Schritt zur Lösung, aber es bedarf vieler weiterer Handwerksleistungen, um das Bad fertig zu stellen und den Wunsch des Kunden letztendlich zu erfüllen. Das bedeutet, dass die Leistung des Installateurs erst im Zusammenspiel mit den übrigen Leistungen für den Kunden den Nutzen ergibt, für den er bereit ist, zu zahlen. Insofern ist es immer sinnvoll, darüber nachzudenken, inwieweit die eigene Leistung tatsächlich die Bedürfnisse der eigenen Kunden zufrieden stellt. Je mehr Sie in die Rolle und Bedürfnislage Ihrer Kunden schlüpfen, desto mehr werden Sie seine Bedürfnisse verstehen und können Ihr Angebot entsprechend ausrichten.

Haben Sie konkrete Ziele, die Sie als Unternehmer, aber auch persönlich in den nächsten fünf bis zehn Jahren erreichen möchten?

o Ja, ich weiß ganz genau, was ich als Unternehmer, aber auch für mich persönlich erreichen möchte.

o Ich kenne schon die ungefähre Richtung, in die sich alles entwickeln soll. Aber bislang habe ich zu präzisen Zielen noch nicht gefunden.

o In der Vergangenheit habe ich mich oft einfach treiben lassen und ich habe Ergebnisse eher zufällig erreicht. Eigentlich habe ich das bisher auch als Unternehmer so gehalten.

Wenn Sie - egal auf welchem Weg – nach Venedig zum Markusplatz wollen, werden Sie sich angesichts der Länge und Komplexität der Strecke sicherlich eine Planung machen, wie Sie dorthin kommen. Wenn Sie diese haben, werde Sie sich daran halten und Veränderungen nur dann vornehmen, wenn Ihnen diese wirklich geboten erscheinen. Eigenartigerweise ist das, was bei einer Reise oder einem Hausbau so selbstverständlich ist und außer Frage steht, dann, wenn es um das eigene Unternehmen geht, eher die Ausnahme als die Regel.

Bitte planen Sie stets retrograd, beginnen Sie beim jeweiligen Ziel und planen Sie dann Ihre Schritte zur Erreichung dieses Zieles rückwärts. Hier geht es um Ihre Ziele. Ein ganz einfaches Beispiel dazu:

Wenn Sie das (wirklich feste) Ziel haben, den Markusplatz in Venedig zu besuchen, dann werden Sie dort hinkommen - egal, wie Sie reisen (müssen) oder wie weit der Weg ist. Wenn das Ziel für Sie wichtig genug ist, dann werden Sie es erreichen. Wenn Sie kein attraktives Ziel haben, dann bleiben Sie stattdessen vermutlich einfach zu Hause. Denn wohin sollte eine Reise ohne attraktives Ziel gehen, wofür sollte man sich anstrengen?

Oft lassen wir uns als Menschen von unserer Umgebung steuern, unsere Ziele quasi von außen vorgeben. Das beginnt schon als Kind, wenn uns unsere Eltern Vorgaben machen. Später kommen Lehrer, dann Führungskräfte im Unternehmen. Das alles kann für viele Menschen zufrieden stellend funktionieren (sieht man einmal von der Selbstbestimmung ab). Allerdings: In dem Moment, in dem Sie sich entschlossen haben, Unternehmer zu werden, entfällt die externe Führung. Wenn Sie dann keine klaren und für Sie tragfähigen Ziele haben, werden Sie als Unternehmer immer wieder über das Ziel Ihrer Reise nachdenken müssen. Wer kein Ziel hat, für den ist kein Kurs der richtige, so lautet eine alte Seefahrerweisheit.

Übrigens: Es funktioniert nicht, sich nur materielle Ziele zu setzen. Ausschließlich materielle Ziele reichen niemals dafür aus, Ihnen als Unternehmer die Richtung zu geben, der es bedarf, um letztendlich diese Ziele auch zu erreichen.

Die eigenen Ziele zu finden, ist ein Prozess, der nicht immer ganz leicht ist und für den oft Unterstützung von außen sinnvoll und notwendig ist.

Haben Sie eine kurz-, mittel- und langfristige Planung, auf welchem Weg und mit welchen Schritten Sie Ihre Ziele erreichen werden?

o Selbstverständlich plane ich mein Leben. Und zwar schriftlich. Und das lang-, mittel- und kurzfristig. Denn mir ist klar, dass ich meine Ziele nur erreichen kann, wenn ich meinen Weg dorthin plane.

o Ich habe immer wieder darüber nachgedacht, dass ich mehr planen sollte. Aber oft finde ich nicht die Zeit dafür oder ich vergesse es einfach.

o Nein, bisher habe ich eher spontan agiert, das, was dringend war, habe ich eben zuerst erledigt, den Rest später.

Wenn Sie - egal auf welchem Weg - nach Venedig zum Markusplatz wollen, werden Sie sich angesichts der Länge und Komplexität der Strecke sicherlich eine Planung machen, wie Sie dorthin kommen. Wenn Sie diese haben, werden Sie sich daran halten und Veränderungen nur dann vornehmen, wenn Ihnen diese wirklich geboten erscheinen. Eigenartigerweise ist das, was bei einer Reise oder einem Hausbau so selbstverständlich ist und außer Frage steht, dann, wenn es um das eigene Unternehmen geht, eher die Ausnahme als die Regel. Bitte planen Sie stets retrograd, beginnen Sie beim jeweiligen Ziel und planen Sie dann Ihre Schritte zur Erreichung dieses Zieles rückwärts.

Wie geht es Ihnen eigentlich mit Ihrer Zeit? Schaffen Sie in der Regel, was Sie sich vorgenommen haben?

o Mir gelingt es meistens, die wirklich wichtigen Aufgaben so rechtzeitig anzugehen, dass ich sie auch ohne Zeitdruck beende. Weniger Wichtiges kann auch warten oder muss gar nicht von mir persönlich erledigt werden.

o Ich setze schon Prioritäten und unterscheide danach, was wichtig ist und was nur eilig.

o In der Praxis gelingt es mir dann aber oft nicht, mich an meine eigene Planung zu halten. Ich denke oft, dass ich früher mit meiner Arbeit fertig sein sollte.

o Bislang entscheide ich danach, was schnell und kurzfristig erledigt werden muss. Ich muss oft lange arbeiten und auch immer mal wieder am Wochenende ran. Aber ich habe eben viel zu tun.

Über Zeitmanagement wurden viele Bücher geschrieben und es gibt eine Vielzahl von Planungshilfen, die versprechen, dieses Problem in den Griff zu bekommen. Vieles funktioniert nicht, wohl deshalb weil Menschen dazu tendieren, zwei Regeln anzuwenden:

- ➔ Sie tun das, was ihnen angenehm ist lieber als das, was ihnen unangenehm ist. (Dabei sind Routineaufgaben oft besonders angenehm.)
- ➔ Sie tun das Dringende vor dem Wichtigem.

Sinnvoll wäre es natürlich, genau umgekehrt zu verfahren. Doch das fällt eben schwer, denn beide Verhaltensregeln haben etwas mit vorgegebenen biologischen Programmierungen zu tun. Letztendlich kommen Sie hier nur zum Erfolg, wenn Sie über einen längeren Zeitraum die eigenen Aufgaben planen (und sich dann an diese Planung zu halten), wie es für Ihren Erfolg sinnvoll ist. Denn dann verändern sich mit der Zeit sukzessive auch die Gewohnheiten und das eigene Zeitmanagement verbessert sich Schritt für Schritt.

Stehen Ihr Partner und Ihre Familie hinter Ihrer unternehmerischen Tätigkeit und unterstützen/ermutigen Sie?

o Ja, ich bekomme alle Unterstützung, die ich mir wünsche. Für mich ist das so perfekt wie es ist.

o Mein Umfeld unterstützt mich schon grundsätzlich. Aber manchmal würde ich mir schon noch ein wenig mehr Hilfestellung und vor allem mehr Verständnis wünschen.

o Mein Umfeld steht leider nicht mit voller Überzeugung hinter mir und dem, was ich tue.

Für Unternehmer und ganz besonders für Gründer ist es wichtig, dass auch das persönliche Umfeld - also vor allem der Partner und die Familie - hinter der Entscheidung für das eigene Unternehmen steht und den Unternehmer – vor allem mental – unterstützt. Denn so lässt sich die hohe Belastung in dieser Zeit besser bewältigen und Rückschläge lassen sich besser verkraften.

Wenn Sie zu wenig Unterstützung erhalten, dann sollten Sie zunächst mit den Menschen in Ihrem Umfeld darüber reden, Ihr Bedürfnis vermitteln. Menschen, die Ihnen nahe stehen, werden Sie mental unterstützen, wenn sie über entsprechende Ressourcen verfügen. Allerdings ist es für sie aufgrund fehlender eigener Expertise oft schwierig, manchmal sogar unmöglich, Ihnen fachlich zu helfen.

Sind Sie als Unternehmer Teil eines Netzwerks mit anderen Unternehmern, in dem Sie sich austauschen, oder fühlen Sie sich eher als „Einzelkämpfer“?

o Ja, ich habe ein Netzwerk, das mich unterstützt und fühle mich dort gut aufgehoben.

o Also, ein richtiges Netzwerk mit anderen Unternehmern habe ich nicht. Aber alleine fühle ich mich dennoch nicht, für mich ist es so ok.

o Ich fühle mich schon als „Einzelkämpfer“ und manchmal ziemlich alleine mit meinen Entscheidungen.

Ein funktionierendes Netzwerk ist für jeden Unternehmer wichtig, dabei geht es in erster Linie weniger um die gegenseitige Empfehlung/Auftragsvermittlung. Viel wichtiger ist es, als Unternehmer regelmäßig unter Menschen zu sein, die sich mit vergleichbaren Herausforderungen auseinandersetzen. Diese Unternehmer können Sie nicht nur gut verstehen, sondern Sie werden oft auch unmittelbar von ihren Erfahrungen und Anregungen profitieren. Wenn Sie nicht über ein solches Netz von Gleichgesinnten verfügen, kann auch der regelmäßige Austausch mit einem Coach oder Berater nützlich sein. Außerdem empfehlen sich Erfolgsteams/Masterminds, dabei handelt es sich um Gruppen von Unternehmern, die sich ausschließlich deshalb zusammen finden, um in der Gemeinschaft ihre individuellen Ziele besser zu erreichen.

Würden Sie, wenn Sie Ihr Unternehmen heute noch einmal gründen würden, vieles anders machen als früher?

o Klar, macht man auch mal Fehler. Aber im Großen und Ganzen würde ich es wieder genauso machen.

o Ich hätte schon das eine oder andere anders gemacht.

o Ich hätte vieles anders gemacht und mir so manchen Umweg und viel Lehrgeld erspart. Macht eigentlich jeder Unternehmer Fehler? Ich denke schon.

Ich möchte Ihnen jedoch eine andere Denkweise nahe legen: Bewerten Sie das, was wir gemeinhin als Fehler bezeichnen, doch – ganz wertfrei - als nützliche Rückmeldung Ihrer Umwelt, die Ihnen nur aufzeigt, dass ein gewählter Weg nicht optimal ist und Sie einen anderen probieren sollten. Diese Art von Rückmeldungen oder Erfahrungen sind ganz normal und jeder erhält sie - manchmal mehr, mal weniger. Wichtig ist es, daraus zu lernen und das Gelernte dann anzuwenden. Denn so wird man als Unternehmer sukzessive immer besser.

Natürlich kann man als Unternehmer auch richtig scheitern, bis hin zum Konkurs oder der persönlichen Insolvenz. Jeder, der Unternehmer ist bzw. wird, sollte sich bewusst sein, dass diese

Möglichkeit immer besteht – sogar, wenn man selber alles richtig gemacht hat. Es genügt z. B ein großer Auftraggeber, der zahlungsunfähig wird.

Das Ergebnis

Sie werden es bei Ihren Antworten natürlich selber erkannt haben: Wirklich gut sind Sie überall dort aufgestellt, wo Sie jeweils die erste Antwort ankreuzen konnten. Dort, wo Sie sich für die mittlere Antwort entschieden haben, sollten bei Ihnen bereits die Warnlampen angehen.

Kritisch wird es letztendlich immer dort, wo Sie sich für die dritte Antwort entscheiden mussten.

Ich wünsche Ihnen auf Ihrem Weg viel Erfolg.

Einladung

Ich lade Sie zu einem Impulscoaching per Telefon ein. Wir tauschen uns 30 Minuten über die Themen aus, die Sie als Unternehmer gerade bewegen und für die Sie nach Anregungen und Inspirationen suchen. Das Ganze ist natürlich kostenlos und unverbindlich.

Als Unternehmensberater habe ich mich auf das Coaching und die Beratung von Unternehmern und Unternehmensgründern spezialisiert, unterstütze Unternehmer mit verschiedenen Coaching- und Beratungsangeboten dabei, nachhaltig bessere Resultate und mehr Erfolg zu erzielen.

Sie können einfach hier www.smart-consultants.de Ihre Kontaktdaten eingeben oder mir eine kurze Nachricht per Mail an info@smart-consultants.de zusenden. Ich melde mich kurzfristig bei Ihnen.

Mit den besten Grüßen aus Nürnberg

Markus M. Hörrlein

Diplom-Betriebswirt (FH)
Industriekaufmann
Geschäftsführer / Gesellschafter

s.m.a.r.t. Management Consulting GmbH

Rothenburger Str. 55
D-90443 Nürnberg
Tel.: 0911 / 133 2982
Fax: 0911 / 621 4996
Internet: www.smart-consultants.de
E-Mail: info@smart-consultants.de