

2. Büroorganisation

2.1 Mit Gewinn telefonieren

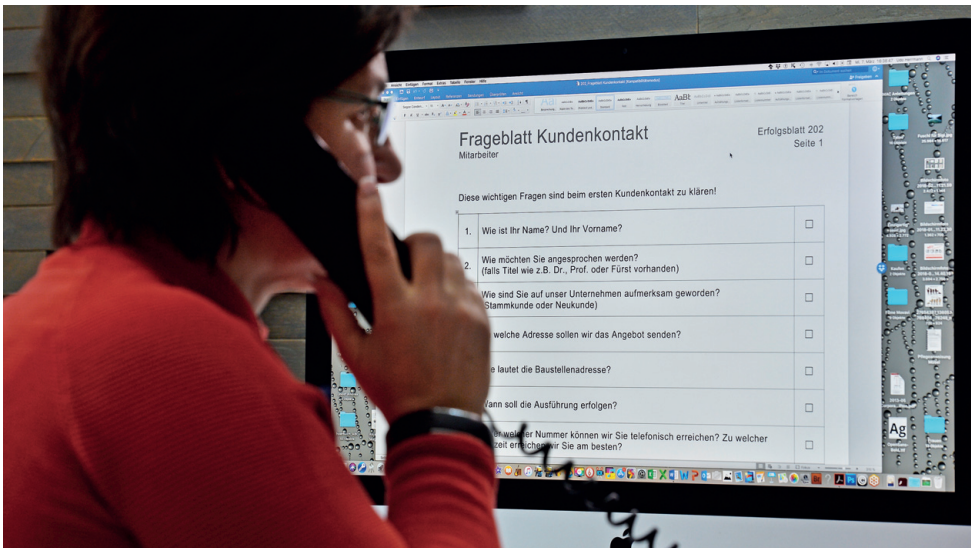
Nicht selten entscheidet das erste Telefonat mit einem Handwerksbetrieb darüber, ob dieser den Auftrag vom Kunden erhält oder nicht. Doch nicht nur eine schnelle Erreichbarkeit – ohne Warteschleifen – und eine freundliche Begrüßung sind entscheidend, sondern auch, welche Fragen gestellt werden. Die Frage „Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden?“ dient beispielsweise dazu, die eigene Werbung zukünftig noch zielgerichteter einzusetzen. Und wenn ich erfahre, ob der Kunde über eine Empfehlung auf uns aufmerksam geworden ist, weiß ich, bei wem ich mich bedanken kann. Wichtig für die betriebliche Effizienz ist auch die Frage: „Wann ist die Ausführung der Arbeiten geplant?“

Früher haben wir es häufig versäumt, diese Fragen zu stellen. Nach einer aufwendigen Angebotserstellung mussten wir dann nicht selten feststellen, dass wir zum gewünschten Zeitpunkt gar keine Kapazitäten mehr frei hatten. Oder wir standen vor verschlossenen Baustellen und konnten niemanden telefonisch erreichen, da wir nur eine Festnetznummer vom Kunden hatten. Mit den Fragen „Unter welcher Telefonnummer können wir Sie erreichen?“ und „Haben Sie auch eine Mobil-Nummer für uns?“ vermeiden wir heute solche unproduktiven Wartezeiten und Stress im Büro.

Jetzt fragen wir auch gleich nach den Kontaktdaten des Architekten, des Bauleiters und/oder anderer Unternehmen, die auf der Baustelle tätig sind. Die Fragen „Handelt es sich um einen Neubau oder wünschen Sie eine Renovierung im Bestand?“, „Soll der Boden auf einem beheizten Estrich verlegt werden?“ und „Welche Farben gefallen Ihnen?“ dienen dazu, die Beratung in unserer Ausstellung oder beim Kunden optimal vorzubereiten. Durch die Antworten kann das im Telefonat vereinbarte Beratungsgespräch zielgerichtet angegangen werden. So muss ich nicht den ganzen Kofferraum vollpacken, wenn ich zum Kunde fahre, sondern nehme nur Produkte mit, die für das Projekt geeignet sind. Die Überraschung ist groß, wenn schon beim ersten Gespräch die Materialien bemustert werden, die den Geschmack des Kunden treffen. Gut zu wissen ist auch, um welche Flächenmengen es geht, um abzuschätzen, ob sich eine weite Anfahrt rechnet oder unwirtschaftlich ist. Ohne diese Fragen kann es vorkommen, dass man 80 km zurücklegt, um dann ein Angebot für 10 m² Parkettfläche in einem Flur zu erstellen. Hat man diese Information vorher, können Termine gut zusammengelegt oder gar abgelehnt werden.

»» *„Handwerker, die Organisation und Marketing gut beherrschen, können mehr verdienen als Akademiker.“* ««
(Udo Herrmann)

Auf der zweiten Seite des Formulars „**Kundenkontakt**“ werden zu allen weiteren Gesprächen Notizen gemacht. Infoblatt und Historie kommen als Deckblatt auf den Auftrag. So hat man alle wichtigen Daten auf einen Blick. Eine Kopie des Formulars wird auf die Arbeitsanweisung der Monteure und Verleger geheftet, sodass diese unterwegs alle notwendigen Infos über den Auftrag dabei haben. Sie lesen darauf, ob noch ein genaues Aufmaß erforderlich ist oder zu dem Projekt Bilder auf der Baustelle gemacht wurden und wo diese gespeichert sind. Konsequenz bei jedem Auftrag eingesetzt, erspart dieses Formblatt viele Telefonate, Rückfragen und Wartezeiten und sorgt am Ende des Tages für mehr Geld in der Kasse.



Strategische Abfrage beim 1. Telefonat

Checkliste „Kundenkontakt“

Name:		Auftrags-Nr.:	
Stammkunde <input type="checkbox"/> Neukunde <input type="checkbox"/>			
Anrede: Herr <input type="checkbox"/> Frau <input type="checkbox"/> Familie <input type="checkbox"/> Firma <input type="checkbox"/> USt.Id.Nr.: _____			
Anruf am _____ oder Besuch am _____ um _____ Uhr.			
Bei Mitarbeiter _____ Gewünschter Ausführungstermin: _____			
Wie sind Sie auf unser Unternehmen aufmerksam geworden? _____			
Kundenadresse:		Unser Ansprechpartner:	
Straße/Haus-Nr.:		Bauleiter/Architekt:	
PLZ/Ort:		Name:	
Tel. privat:		Mobil:	
Tel. Geschäft:		E-Mail:	
Mobil:		Andere Gewerke auf der Baustelle:	
Mobil:		Mobil:	
E-Mail:		Mobil:	
Fax:		Mobil:	
Baustellenadresse:		Mengengrundlage:	
Straße/Haus Nr.:		Maße aus Plan <input type="checkbox"/>	
PLZ/Ort:		Maßangaben vom Kunden <input type="checkbox"/>	
In dieser Zeit am besten erreichbar:		Genaueres Aufmaß vor Ort von: _____ <input type="checkbox"/>	
von _____ bis _____ Uhr		Maße geschätzt bei:	
Ort Kundenschlüssel:			
Kunde wünscht:		Aufmaß:	
Beratungstermin in Ausstellung:		Vor Materialbestellung <input type="checkbox"/>	
1. Baustellentermin:		Nach Ausführung <input type="checkbox"/>	
2. Baustellentermin:		Vorhanden, evtl. zusätzlich ausgeführte Leistungen erfassen! <input type="checkbox"/>	
Holzart:		Bilder vorhanden: Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/>	
Sortierung: Oberfläche:		Gespeichert unter:	
Bauinfo: Neubau <input type="checkbox"/> Altbau <input type="checkbox"/> Anbau <input type="checkbox"/>		Ausführungstermin eingeplant am:	
Fußbodenheizung: Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/>			
Heizungstyp:		Sonstiges:	
Fläche: ca. _____ m ²			
Estrich Art: _____ Einbau am: _____			

Auftragsstatus		
Auftragsbestätigung versendet am:	Arbeitsmappe angelegt am:	
Abschlagsrechnung versendet am:	Betrag netto: _____ €	Betrag brutto: _____ €
Abschlagszahlung eingegangen am:	Betrag: _____ €	
Gesprächs- bzw. Telefonnotiz:		
Alle baustellenrelevanten Informationen gelb markern und diese umgehend in die Baustellenmappe übertragen!		
Datum, Uhrzeit: _____	pers. <input type="checkbox"/> tel. <input type="checkbox"/> Geführt von: _____	Gesprächspartner:
Thema:		
Datum, Uhrzeit: _____	pers. <input type="checkbox"/> tel. <input type="checkbox"/> Geführt von: _____	Gesprächspartner:
Thema:		
Datum, Uhrzeit: _____	pers. <input type="checkbox"/> tel. <input type="checkbox"/> Geführt von: _____	Gesprächspartner:
Thema:		
Datum, Uhrzeit: _____	pers. <input type="checkbox"/> tel. <input type="checkbox"/> Geführt von: _____	Gesprächspartner:
Thema:		
Datum, Uhrzeit: _____	pers. <input type="checkbox"/> tel. <input type="checkbox"/> Geführt von: _____	Gesprächspartner:
Thema:		

Diese wichtigen Fragen sind beim ersten Kundenkontakt zu klären!		
1.	Wie ist Ihr Name? Und Ihr Vorname?	<input type="checkbox"/>
2.	Wie möchten Sie angesprochen werden? (falls Titel wie z.B. Dr., Prof. oder Fürst vorhanden)	<input type="checkbox"/>
3.	Wie sind Sie auf unser Unternehmen aufmerksam geworden? (Stammkunde oder Neukunde)	<input type="checkbox"/>
4.	An welche Adresse sollen wir das Angebot senden?	<input type="checkbox"/>
5.	Wie lautet die Baustellenadresse?	<input type="checkbox"/>
6.	Wann soll die Ausführung erfolgen?	<input type="checkbox"/>
7.	Unter welcher Nummer können wir Sie telefonisch erreichen? Zu welcher Uhrzeit erreichen wir Sie am besten?	<input type="checkbox"/>
8.	Können wir Sie auch mobil erreichen? Zu welcher Zeit dürfen wir Sie anrufen?	<input type="checkbox"/>
9.	Wie lautet Ihre E-Mail-Adresse?	<input type="checkbox"/>
10.	Ist ein Architekt oder Bauleiter für diese Baumaßnahme beauftragt, wenn ja: Wer ist der zuständige Bauleiter und wie lautet seine Mobil-Nr.?	<input type="checkbox"/>
11.	Möchten Sie unsere Ausstellung besuchen oder wünschen Sie einen Besuch bei Ihnen/an Ihrem Bauvorhaben?	<input type="checkbox"/>
12.	Bauen Sie neu oder sanieren Sie ein bestehendes Gebäude?	<input type="checkbox"/>
13.	Haben Sie eine Fußbodenheizung in dem Raum/den Räumen, der/die neu gemacht werden soll(en)?	<input type="checkbox"/>
14.	Welcher Estrich wurde/wird verlegt (bei Neubau)? Wann wurde der Estrich eingebaut? Welche Art Estrich ist vorhanden (bei Altbau)?	<input type="checkbox"/>
15.	Wie groß ist die zu verlegende Fläche in etwa? (Anzahl der Räume, Gesamtfläche)	<input type="checkbox"/>
16.	Haben Sie schon eine Vorstellung, welches Holz Sie haben möchten?	<input type="checkbox"/>
17.	Welche Farbtöne gefallen Ihnen?	<input type="checkbox"/>
18.	Welche Oberfläche gefällt Ihnen?	<input type="checkbox"/>

2.2 Mit gutem Gewissen in den Feierabend

Wieder einmal ist der Bürotag vorbei, und auf dem Schreibtisch liegen zahlreiche Vorgänge, die ich eigentlich heute bearbeiten wollte. Vieles, was ich mir vorgenommen hatte, habe ich nicht erledigen können. Ständig wurde ich unterbrochen. Rückfragen von Mitarbeitern, unangemeldete Außendienstbesuche, Anrufe von Kunden und einige E-Mails haben dazu

»» *„Die Arbeit läuft dir nicht davon, während du deinem Kind einen Regenbogen zeigst. Aber der Regenbogen wartet nicht, bis du mit der Arbeit fertig bist.“* ««

(Chinesisches Sprichwort)

geführt, dass mein Tagesplan über den Haufen geworfen wurde. Jetzt bleiben nur zwei Möglichkeiten: Entweder noch einige Stunden dranhängen oder mit einem schlechten Gewissen in den Feierabend gehen.

Vor einigen Jahren war das die Beschreibung meines Büroalltags. Das verursachte bei mir Stress und Unzufriedenheit. Eine klare Aufgabenverteilung, die Einführung von störungsfreien Zeiten und Begleit-

karten für die verschiedenen Bürovorgänge haben inzwischen zu einer wesentlichen Verbesserung und Effizienz bei der Büroarbeit geführt.

Auf jedem unserer Schreibtische steht ein zweckentfremdeter Visitenkartenständer, in dem vier verschiedene Karten zur Verwendung bereitstehen, die ich auf dem nachfolgenden Erfolgsblatt **„Haftnotizen Schriftverkehr intern“** bemustert habe. „Ablage“, „Bitte prüfen“, „Anfragen/Bestellen“, „Bearbeiten/Anrufen“, so lauten die Anweisungen, die jeweils in einer Sichthülle zu dem jeweiligen Vorgang gesteckt werden. Mit wenigen Kreuzchen werden die Mitarbeiter so über den weiteren Bearbeitungsschritt informiert. Bei meinen Coachings stelle ich immer wieder fest, dass die Unternehmer sich mit zeitraubenden Aufgaben beschäftigen, wie z. B. der Prüfung von Lieferscheinen oder Ablage von Prospekten. Wichtige Chefaufgaben bleiben dadurch liegen, was dann nicht selten zur Überforderung führt. „Bis ich das jemandem lange erkläre, mache ich das lieber selbst“ – diese Einstellung vieler Handwerksmeister führt zu Überlastung oder zur Vernachlässigung von Dingen, die wirklich nur vom Chef erledigt werden können. Die Begleitkarten ermöglichen deshalb das blitzschnelle und klare Delegieren von alltäglich wiederkehrenden Büroaufgaben, verhindern Missverständnisse und sparen Zeit.

Bei kleineren Handwerksbetrieben lohnt es sich nach meiner Erfahrung, darüber nachzudenken, jemanden einzustellen, der solche Tätigkeiten übernehmen kann, z. B. auf Basis einer geringfügigen Beschäftigung. Früher habe ich meine Mitarbeiter mit jedem Vorgang in ihrer Arbeit unterbrochen und ihnen erklärt, was zu tun ist. Umgekehrt haben auch sie mich ständig in meiner Arbeit gestört, um mir aktuelle Informationen mitzuteilen. Durch die permanenten Arbeitsunterbrechungen haben sich Fehler eingeschlichen, und das wiederholte Hineindenken in ein Projekt