

Sächsische Zeitung*

SZ-ONLINE.DE

Anzeige

bvm Homburg berichtet über Umschwung in der Beraterbranche

Die Unternehmensberatung ist eine sehr vielgestaltige Branche, die sich selbstverständlich immer mit der Zeit entwickelt. Die erfahrenen Berater von bvm Homburg berichten über die Vielfalt der Beratungsangebote, die mit fortschreitender Digitalisierung immer mehr zunimmt.



Bildautor: G. Altmann / Dtlid.

Immer einen Schritt voraus und stets informiert über die aktuellen Trends und Mechanismen - so sieht die Arbeit eines professionellen Unternehmensberaters aus. Die Berater von [bvm Homburg sind auf diesem Feld Experten](#). Nicht nur die Kundenunternehmen müssen sich an die Entwicklungen der Zeit anpassen, sondern auch das Beratungsunternehmen selbst. Mittlerweile suchen 89% der B2B-Entscheider zum Beispiel zunächst einmal online nach Lösungen für ihr

Problem und nicht mehr durch persönlichen Kontakt. Das liegt vor allem daran, dass mittlerweile immer mehr Mitarbeiter aus der Generation Y in den Unternehmen vertreten sind. Diese sind mit der allgegenwärtigen Technologie aufgewachsen und werden deshalb auch als "Digital Natives" bezeichnet.

Trends zeichnen sich ab

Nach den bvm GmbH Erfahrungen zeichnen sich derzeit einige Trends in der Beraterbranche ab. So sind Routinearbeiten immer weniger gefragt. Gesucht werden Spezialisten, die sich durch spezielles Know-How von der Masse absetzen. Mittlerweile gibt es sogar spezielle Software-Tools, die dem Unternehmen helfen sollen, Optimierungsmaßnahmen umzusetzen. Solche Tools können jedoch in keinem Fall die persönliche Beratung durch einen professionellen Berater ersetzen. Die bvm Erfahrungen zeigen, dass präzise Analysen und die exakte Entwicklung Strategien nur von Beratern geleistet werden kann, die direkt im Kundenunternehmen arbeiten. Natürlich kommt es auch bei Beratungsdienstleistungen auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis an. bvm Homburg hat dies beherzigt und bietet seinen Kunden daher eine individuelle und intensive Beratung zu einem sehr fairen Preis an.

Zwei Arten von Kunden

Auch die Kundenunternehmen können in Kategorien eingeteilt werden. So gibt es zum Beispiel

solche Unternehmen, die die Ursache für ihre Probleme bereits kennen. Zum Teil ist ihnen sogar die Lösung bekannt. Sie wenden sich also an einen professionellen Berater, damit dieser einfach nur bei der Umsetzung hilft. Trotzdem gibt es aber auch Unternehmen, die weder Ursache noch Lösung des Problems kennen. In dieser Situation zeigt sich dann der Mehrwert eines professionellen Beraters so richtig. Es ist seine Aufgabe konzeptionelle und methodische Fragen zu klären und ein Konzept zu entwickeln, das dem Unternehmen wieder zu wirtschaftlichem Aufschwung verhilft. Ein analytisches Denken und Handeln ist hier unerlässlich. Solche Aufgaben können auch nicht durch interne Mitarbeiter gelöst werden, da es diesen an der nötigen Distanz und Objektivität fehlt.

Digitalisierung immer noch ein Thema für den Mittelstand

Auch wenn die Digitalisierung eigentlich mittlerweile ein Trend von gestern ist, scheitern viele mittelständische Unternehmen immer noch an dessen Umsetzung. Die Berater von [bvm Homburg](#) wissen dies aus eigener Erfahrung. Auch der Branchenverband BITKOM bezeichnet den Digitalisierungsgrad kleinerer Betriebe zum Teil als alarmierend. Ursache hierfür ist unter anderem, dass Kleinunternehmen ihre Mitarbeiter mit dem nötigen Know-How nicht langfristig an sich binden können. Das macht sich schon im alltäglichen Büroalltag bemerkbar. So nutzen vier von fünf kleineren Betrieben noch regelmäßig Faxgeräte, weniger als ein Drittel greift jedoch nur auf Social Media zurück. Vor allem Geschäftsführer und andere Führungskräfte sind hier in der Pflicht sich darum zu kümmern, wie "Big Data" in die Firma eingeführt werden kann. Auch an dieser Stelle sind die qualifizierten Mitarbeiter von [bvm Homburg](#) gerne behilflich und geben Schulungen für die Mitarbeiter, auf denen die nötigen Kenntnisse vermittelt werden.

Mit Online-Bewertungen richtig arbeiten

Sind Social Media nun bereits im Unternehmen integriert, müssen diese auch richtig eingesetzt werden. So ist es zum Beispiel wichtig, dass Kundenkommentare richtig verwertet werden. Ein Unternehmen, das klug mit seinen Online-Bewertungen arbeitet, kann von diesen nämlich enorm profitieren. Sogar negative Kommentare und erst recht konstruktive Kritik können helfen, um auf Missstände aufmerksam zu machen und diese für die Zukunft zu vermeiden. Auch das Ansehen bei den Kunden steigt, wenn diese merken, dass ein Unternehmen sich ihre Meinung zu Herzen nimmt und dementsprechend handelt. Eine gute Online-Bewertung ist zudem natürlich auch noch eine tolle kostenlose Werbung. Schließlich lesen nach einer BITKOM-Studie 75% aller Online-Kunden die Bewertungen und richten hiernach auch ihr Kaufverhalten aus.