

Wettbewerbsfaktor "Backoffice"

(Köln, 25. Mai 2004)

Die angespannte Marktsituation fördert ein ungeahntes Maß nach dem Wunsch der Erfolgskontrolle zutage. Maßnahmen, die der Markenbekanntheit dienlich sein sollen, werden im Vorfeld gründlich "unter die Lupe" genommen. Aber was ist mit dem Wettbewerbsfaktor "Backoffice"?

Dabei kommt der innerbetrieblichen Struktur eine wichtige Bedeutung im Hinblick auf die natürliche Unternehmenskultur zu. Denn was nützen externe Kommunikation und Marketingstrategie, PR und Messen, Akquise und Vertrieb, wenn durch eine fehlgesteuerte Infrastruktur der Unternehmen der Keim bereits im Markt erstickt wird? alias, ein externes Sekretariat für bestehende und angehende Einzel- und Kleinunternehmer hat sich auf genau dieses Fundamenten-Management spezialisiert.

Die Idee

Dabei wird dem Kunden konsequent der "Rücken frei gehalten", indem alias von der Anrufannahme über die Buchhaltung bis zur Zahlungskontrolle eines Unternehmens alle Zügel gesamtheitlich zusammenhält und unternehmerisch agiert.

Der Effekt

Der Effekt, den alias damit für seine Kunden erzielt, ist, Kosten zu sparen durch schlanke Administration, aber eben auch durch die Gewährleistung, dass kostenintensive Kommunikationsmaßnahmen auf fruchtbaren Boden fallen können, indem das Sekretariat ideal aufgestellt ist.

Der Kundenvorteil

"Der Kunde lässt mit alias Unternehmer für sich arbeiten. Damit schlägt er zwei Fliegen mit einer Klappe: er lagert seine Arbeit aus und gleichzeitig unser Know-How ein", so Kulhay Mitbegründerin der alias GbR.

Das Team

alias wurde vor knapp einem Jahr von Mona Kulhay (31), Sandra Kulhay (33) und Clemens Speißer (26) ins Leben gerufen. "Wir möchten mit alias den Mittelstand in seinen Grundbedürfnissen unterstützen und empfinden uns nicht als Luxus, den man sich gönnen muss". Das scheinen auch die Kunden erkannt zu haben, denn die Services von alias werden dankbar aufgesucht und das junge Unternehmen schreibt nach nur elf Monaten schwarze Zahlen.