

WACHSTUMS NEWS.03.17

THEMA:

SO SETZEN SIE ERFOLGREICH
BENCHMARKS

»WERDEN SIE ZUM MARKT-
FÜHRER ANSTATT IMMER
GEGEN DEN WIND DER MARKT-
BEGLEITER ZU LAUFEN«



»AM ANFANG EINES GROSSEN ERFOLGES STEHEN IMMER AMBITIONIERTE ZIELE« WENN DIESE ZIELE »WACHSTUM UND MARKTFÜHRERSCHAFT« SIND, MUSS MAN LERNEN, WIE MAN BENCHMARKS SETZT.

Um diese hoch gesteckten Ziele zum Leben zu erwecken, geben sie eine gemeinsame Richtung vor, die **ALLE MITARBEITER MOTIVIERT**.

Denn der Anspruch auf die Marktführerschaft beschränkt sich nicht nur auf die Marktanteile, sondern auf wesentliche Merkmale, wie **INNOVATION, QUALITÄT UND PRESTIGE**.
Denn Marktführerschaft bedeutet mehr als nur Marktanteile.

BEGINNEN SIE MIT DER QUALITÄTSANALYSE IHRES UNTERNEHMENS!

WAS MEINEN SIE MACHEN SIE ANDERS UND BESSER ALS ALLE ANDEREN ANBIETER?
Finden Sie den Weg, der Benchmarks setzen könnte.

Hierzu ein paar hilfreiche Fragen, die Sie mit JA beantworten sollten:

X SIND SIE SICHER, DASS IHRE KUNDEN IHRE PRODUKTE ZU DEN BESTEN IHRER BRANCHE ZÄHLEN?

X WANN UND WIE VIEL HABEN SIE ZULETZT DARÜBER NACHGEDACHT, WIE SIE DIE QUALITÄT IHRER PRODUKTE UND VERFAHREN VERBESSERN KÖNNEN?

X HABEN SIE IHR UNTERNEHMEN IN DEN LETZTEN 12 MONATEN MIT ANDEREN FIRMEN VERGLICHEN?

X HABEN SIE IM LETZTEN JAHR EIN KONKRETES PROGRAMM ZUR QUALITÄTSSTEIFERUNG BEGONNEN UND VERFOLGT?

X KÖNNEN SIE BEREITS DURCH INNOVATIONEN BENCHMARKS SETZEN UND HABEN DIES MIT EINER MARKTSTUDIE BELEGT?

Wenn Sie all diese Fragen mit JA beantworten können, haben Sie offensichtlich die Bedeutung der Qualität für und in Ihrem Unternehmen erkannt.

Als nächstes brauchen Sie auf dem Weg zum Marktführer vor allem eine enge Definition Ihrer Märkte, mit klarem Fokus, welchen Sie über Ihre Innovationskraft gepaart mit **TOP-QUALITÄT** dem Markt signalisieren wollen.

Es gibt hier zahlreiche Möglichkeiten, einen Markt oder ein Geschäft zu definieren. Die gebräuchlichste und älteste Version basiert auf dem Produkt, welches Sie durch ihre Qualität definieren.

Mit dem Ziel, wenn Sie ein Kunde fragen würde was Sie ausmacht, dann sollte Ihre Antwort sein: **WIR SIND SPEZIALIST FÜR ...**



WACHSTUMSWORKSHOPS

MAXIMALE EFFIZIENZ IM VERTRIEB

X DONNERSTAG 29.06.2017
IN MÜNCHEN

X DONNERSTAG 28.09.2017
IN MÜNCHEN

X DONNERSTAG 07.12.2017
IN MÜNCHEN

Im nächsten Schritt heißt es dann **EINZIGARTIG UND UNVERZICHTBAR** zu werden. Dies können Sie am besten, wenn Sie nicht länger versuchen Produkte zu veredeln sondern auf Innovationen setzen, die echte Kundenmehrwerte liefern und dadurch evtl. sogar einen ganz neuen Markt oder ein Produkt schaffen, in dem Sie dann der Benchmark sind.

Zur Marktdefinition und der darauf basierenden Strategie sowie Fokussierung bzw. Diversifikation achte ich in meinen Kundenprojekten speziell auf folgende Parameter:

X EINE ENGE DEFINITION DER MÄRKTE MIT DEM ZIEL: AUFBAU EINER STARKEN MARKTPPOSITION = MARKE.

X EINE ENGE MARKDEFINITION FÜHRT AUTOMATISCH DAZU, DASS DIE WELTMÄRKTE RELATIV KLEIN ABER LANG BLEIBEN.

X ALLERDINGS SOLLTE MAN DARAUF ACHTEN, DASS DIESE MÄRKTE AUCH IN ZUKUNFT STARK WEITER WACHSEN WERDEN.

X STETS GUT ÜBER DIE MÄRKTE INFORMIERT SEIN/BLEIBEN, UND SICH IMMER WEITER SPEZIALISIEREN.

X BEI DER DEFINITION DER MÄRKTE PRIMÄR AUF KUNDENORIENTIERTE KRITERIEN ACHTEN. DIES KÖNNEN ANWENDUNG UND ZIELGRUPPEN ABER AUCH PRODUKT UND TECHNOLOGIE SEIN, DIE IN DIE MARKTDEFINITION EINFLIEßEN.

X AKZEPTIEREN SIE NICHT IMMER DIE IN DER BRANCHE GEBRÄUCHLICHE MARKTABGRENZUNG, SONDERN SEHEN SIE DIE MARKTDEFINITION ALS WICHTIGSTEN STRATEGISCHEN PARAMETER UND WENDEN SIE DIESEN AN.

X DURCH DIE FOKUSSIERUNG SCHAFFEN SIE EINE TIEFE PROBLEMLÖSUNG FÜR EINEN ENGEN MARKT. DEMZUFOLGE IST IHRE WERTSCHÖPFUNG SCHMAL, ABER SEHR LANG. DADURCH SCHAFFEN SIE JEDOCH EINE SPEZIALISIERUNG UND PERFEKTION, DIE VON IHREN MARKTBEGLEITERN NUR SEHR SCHWER ZU KOPIEREN IST.

Die Kunst liegt allerdings im Finden der richtigen Marktdefinition und der Fokussierung. Dies ist wahrlich eine nicht ganz einfache Angelegenheit.

OHNE FLEISS KEIN PREIS!

»MARKTFÜHRER WIRD MAN NICHT DURCH BREITE STREUUNG DER RESSOURCEN, SONDERN DURCH KONZENTRATION«



VORTRAG

DONNERSTAG 27.04.2017

VORTRAG AUF DER B2B NORD
WIRTSCHAFTSMESSE

Jedes Unternehmen sollte dies bei Ihrer Strategieentwicklung bedenken. Denn die Gefahr einer zu großen Spezialisierung ist möglicherweise weniger groß, als das Risiko, seine Talente und Energien zu verzetteln, indem man überall mitmischen möchte.

Doch **ACHTUNG**, enge Märkte in Verbindung mit hohen Marktanteilen begrenzen irgendwann das weitere Wachstum und führen eventuell zu eingeschränkten Investitionschancen.

Daher empfiehlt sich eine weiche Diversifikation, die in Markt und Produkt nicht zu weit vom Gewohnten liegt. Und auch hier praktizieren Sie am besten mit Fokussierung und klarer Marktdefinition.

SO WERDEN SIE 100% BENCHMARKS SETZEN UND NIE ALL ZU SEHR IN EINEN PREISKAMPF GERATEN.

ALSO WEG VOM ALLESKÖNNER UND -WOLLER HIN ZUM SPEZIALIST, DER IM IDEALFALL FÜR KUNDEN UNVERZICHTBAR IST.

Ihr Stephan Christ

**WACHSTUM OHNE KOMPROMISSE
DURCH MUT.FREIHEIT.NACHHALTIGKEIT**



WACHSTUMSWORKSHOPS

MAXIMALE EFFIZIENZ IM VERTRIEB

X DONNERSTAG 29.06.2017
IN MÜNCHEN

X DONNERSTAG 28.09.2017
IN MÜNCHEN

X DONNERSTAG 07.12.2017
IN MÜNCHEN

VORTRAG

DONNERSTAG 27.04.2017
VORTRAG AUF DER B2B NORD
WIRTSCHAFTSMESSE



EXXPAND GmbH ✕ Geschäftsführer: Stephan Christ, Dipl. Sales Manager (FH)
Am Pfarranger 27 ✕ 84036 Kumhausen ✕ Germany
Phone +49 871 4043-7318 ✕ Fax +49 871 4043-8061 ✕ info@exxpand.de ✕ www.exxpand.de