

Die POTENZIAL-METHODE

Zusätzliche Markt- und Produkt-POTENZIALE erkennen und nutzen

Die Potenzial-Methode

basiert auf der einfachen Behauptung, dass fast alle erwachsenen Unternehmen ihre Markt-Position verbessern können.

Das heisst in erster Linie: "neue Märkte erschließen", "vorhandene Märkte besser penetrieren", "neue Produkte entwickeln" und "vorhandene Produkte weiterentwickeln". Mit anderen Worten: in der Schnittstelle zwischen Markt und Produkt gibt es Potenziale, die nicht genügend genutzt worden sind. Das methodische Zusammenführen Markt/ Produkt kann verbessert werden.

Außerdem basiert die Potenzial-Methode auf der Behauptung, dass der Kern zu den möglichen Verbesserungen zum größten Teil innerhalb des Unternehmens zu finden ist - bei den Mitarbeitern. In erwachsenen Unternehmen, die so durchorganisiert sind, dass Pionier-Geist und Gründermentalität z.T. abhanden gekommen sind, gibt es oft ungenutzte Möglichkeiten.

Internationalisierung, Digitalisierung, demografische Entwicklung, Wertewandel, technologischer Fortschritt: Unternehmensführung und Marketing sind gefordert, diese und andere Trends aufzugreifen und Potenziale für die Zukunft zu erschließen. Gestaltungsspielräume und daraus resultierende Chancen gibt es genügend.

Innovativ bleiben

Teil der methodischen Arbeit ist es, Pionier-Geist und Gründermentalität

im Unternehmen weiterzuentwickeln und zu verstärken. Es gilt herauszufiltern, wo und wie eine Ertragsverstärkung erreicht werden kann. Die Eigeninitiative des Mitarbeiters führt zu lebendiger Flexibilisierung und permanentem Lernen.

Ziel der Arbeit ist es, ein kontinuierliches innovatives Klima zu verstärken. Wenn ausgewählte Personen zusammengeführt werden und in Workshops nach einem gewissen Schema zusammenarbeiten, können Ideen auftauchen, die maßgeblich zu Positionsverstärkung und Wachstum beitragen - vorausgesetzt sie werden richtig genutzt.



So wird die Methode durchgeführt

Zwei unternehmensinterne Gruppen mit je 3 oder 4 Mitgliedern werden gebildet. Die Teilnehmer kommen aus verschiedenen Teilen des Unternehmens: Entwicklung, Einkauf, Produktion, Verwaltung, Vertrieb. Keiner der Teilnehmer gehört der Geschäftsleitung an. Beide Gruppen werden um einen externen Lotsen/Moderator ergänzt, der als Gruppenmitglied mitarbeitet. Die beiden Gruppen arbeiten parallel.

Das Projekt wird in der Geschäftsleitung verankert, normalerweise bei einem der Geschäftsführer.

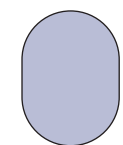
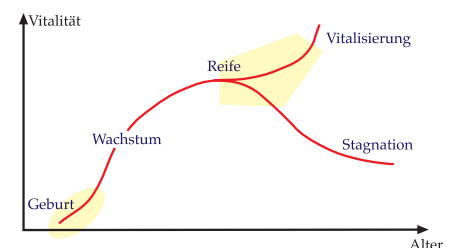
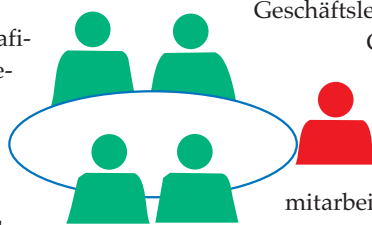
Nach einer kurzen gemeinsamen Startsitung mit beiden Gruppen, verantwortlichem Geschäftsführer und Lotsen, der für beide Gruppen derselbe

ist, wird die Arbeit in Form von Workshops gestartet.

Jede Gruppe durchläuft 3 Workshops (à 2-3 Stunden) mit etwa 2-wöchigem Abstand. Der Lotse arbeitet für jeden Workshop vor und nach. Etwa 6 Wochen nach dem Start sind die 6 Workshops durchgeführt und nachgearbeitet. Eine kurze Zeit danach nimmt der verantwortliche Geschäftsführer an einem Intensiv-Workshop mit 3 externen Geschäftsführern teil, die auch in ihrem Unternehmen die Potenzial-Methode eingesetzt haben und mit dem Verfahren vertraut sind. Auch dieser Intensivworkshop wird vom Lotsen vorbereitet, geleitet und nachgearbeitet.

Die Resultate der Phase 1 (Workshops) und der Phase 2 (GF-Sitzung) werden zusammengeführt und bearbeitet. Daraus ergeben sich verwendbare Impulse, die in einen detaillierten Handlungsplan umgewandelt werden.

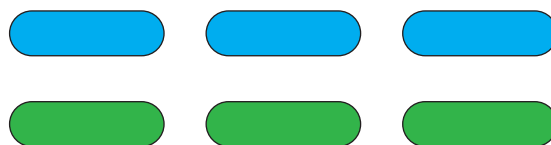
Die Arbeit läuft praxisnah mit Blick auf G&V und mögliche zusätzliche Einnahmen. Es ist eine Jagd auf zusätzliche Einnahmen - kurz-, mittel- und langfristig.



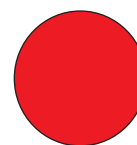
Vorbereitung



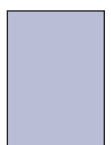
Start-sitzung



3 parallele Workshops



GF-Sitzung



Follow-Up

Schnell, methodisch und systematisch

Ausgangspunkt sind die einzelnen Produktkurven. Ziel ist es, sie so zu verändern, dass eine positivere Ertragskraft erreicht wird. Parallel damit werden neue Möglichkeiten gesucht. Möglichkeiten, die sonst nicht entdeckt werden würden.

Einmal entdeckt, werden sie bis zur Marktreife verfolgt. So entwickeln sich strategische Innovationsprogramme und Optimierung von Geschäftsabläufen.

Die systematische Arbeit macht es möglich, neue Ertragspotenziale schneller zu erschliessen. Die erhöhte Geschwindigkeit der Erneuerung bringt zusätzliche, entscheidende Wettbewerbsvorteile.

3 A's

Die Workshop-Teilnehmer arbeiten hauptsächlich nach dem sog. 3A-System:

Die Artikel (Produkte) werden mit den Adressen (Zielgruppen) mit Hilfe von Aktivitäten (Marktbearbeitung) gekoppelt. Das



bedeutet, dass man sich sowohl mit den einzelnen Artikeln, Adressen und Aktivitäten als auch mit Kombinationen parallel beschäftigen muss - u.a. mit

Hilfe der Modify-Magnify-Minify-Methode.

Für die 3 Bereiche *Artikel*, *Adresse* und *Aktivität* werden Tiefe und Breite „durchwühlt“ - um mehr Kombi-

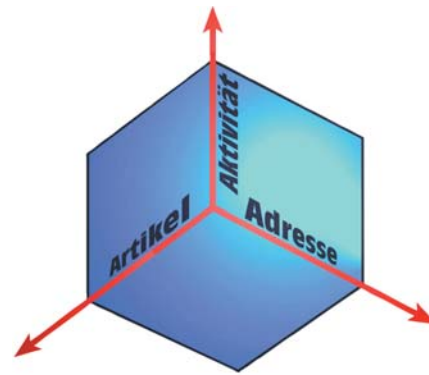


nationsmöglichkeiten zu finden - mit Rücksicht auf die Ganzheitlichkeit.

Während der Arbeit geht es darum: Ideen finden, sortieren, auswerten und gruppieren. Die Massnahmen sind konkret. Keine große Analyse. Keine umfangreichen Strategie-Konzepte. Es geht direkt zur Sache.

Do-It-Yourself

Zusammen mit den Mitarbeitern in den Workshops führt der Lotse die Arbeit zum Erfolg. Es werden für die jeweilige Situation geeignete Methoden, Modelle,



Techniken und Systeme, verwendet. Die partnerschaftliche Zusammenarbeit führt zum garantierten Praxistransfer.

Es handelt sich um ein Do-It-Yourself-Programm - mit Unterstützung eines professionellen Mitglied des Projektteams.

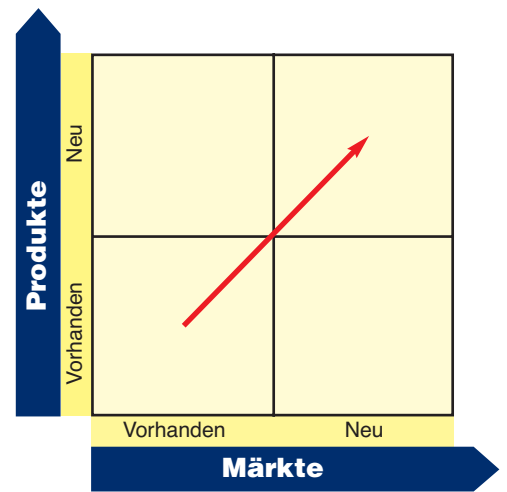
Das Resultat ist eine erhöhte Wettbewerbskraft des Unternehmens. Kraft, die für die Weiterentwicklung in einer immer konkurrenzärteren Umgebung notwendig ist. Und die auch zur verbesserten Steuerung der Zielentwicklung bzw Zielrichtung führt. Die innovativen, in den Workshops erarbeiteten Lösungen haben Langzeitwirkung.

Zeitaufwand

Die Durchführung der Methode ist so konzipiert, dass das Unternehmen (Geschäftsführung und Personal) wenig Zeit aufbringen muss. So entsteht ein gutes Kosten/Nutzen-Verhältnis.

Der Projektverlauf:

1. Vorbereitung der Arbeitsunterlagen und Kurzanalyse
2. Kurzes Startmeeting



3. Drei parallele Workshops für die beiden Gruppen
4. Geschäftsführer-Sitzung mit Lotse/Moderator und 3 externen Geschäftsführern
5. Zusammenfassung/Schlussanalyse/ Handlungsplan

Ergebnisse

Die Teilnehmer erhalten wertvolle Tipps und Impulse zur praxis-orientierten Umsetzung geeigneter Methoden und Techniken. Ein Hauptpunkt ist, "Anregungen für strategische Innovationsprogramme zu geben". Für die Mitarbeiter entsteht ein Lerneffekt, der für die langfristigen Ergebnisse positiv ist.

Innovative Konzepte öffnen die Türen zu ertragsreichen Märkten. Die Potenzial-Methode liefert dazu einen wichtigen Beitrag - kurzfristig wie langfristig. Die Mitarbeiter bekommen „Intrapreneur-Fähigkeiten“, die den langfristigen Erfolg unterstützen.



Die Potenzial-Methode

baut auf langjährige Erfahrung mit Methoden wie InnerCircle, Schwung und StraKo sowie auf eine 20-jährige Beraterstätigkeit in dem Bereich Geschäftsfelds-Vitalisierung und Unternehmens-Erneuerung. (Siehe separates Informationsblatt).