



Ziel

Markt-
Stellung

Produktivität

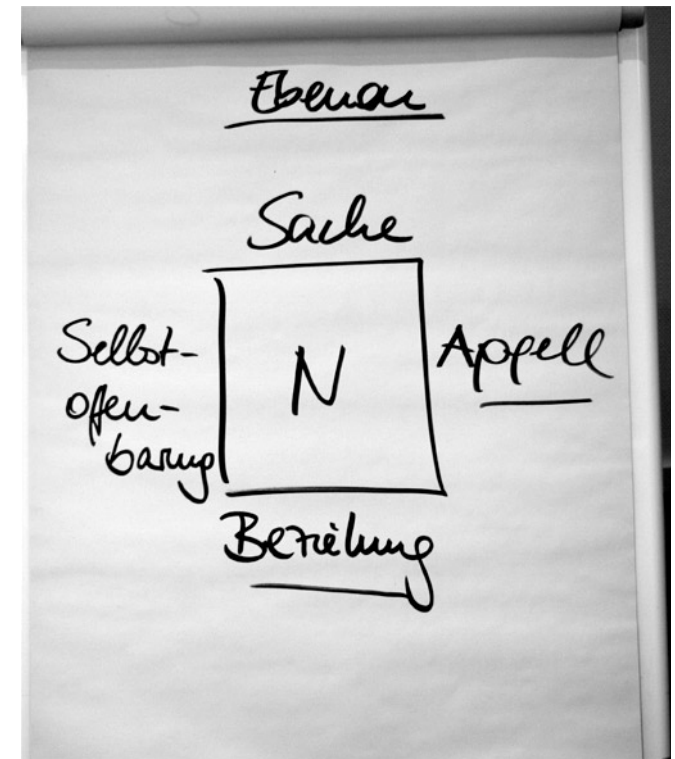
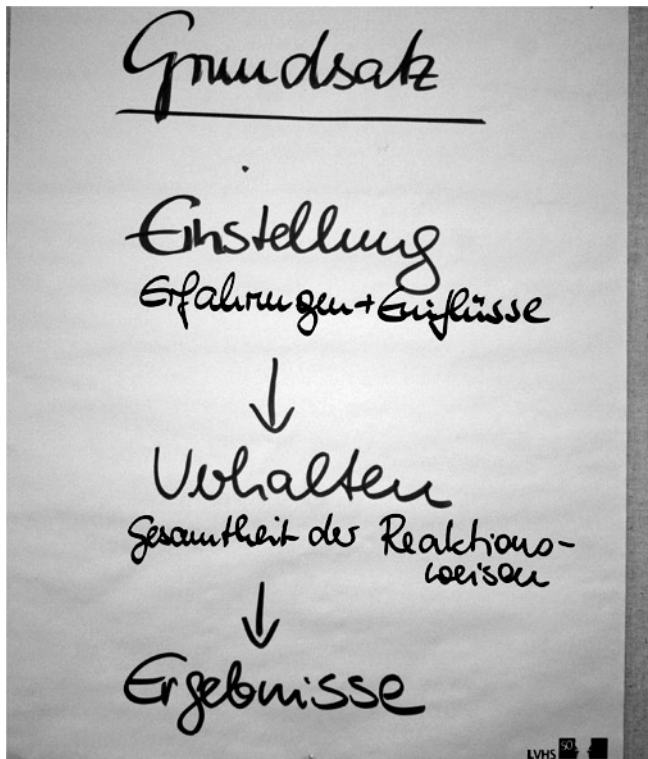


Fazit: MARKT

1. Das Angebot muß an "uns" passen.
2. Der Kunde entscheidet.

Differenzierung

1. Der Nutzen muß für den Kunden wichtig sein.
2. Der Nutzen muß vom Kunden tatsächlich als solcher wahrgenommen werden.



Anerkennung

1. Was will ich?
2. meine innere Haltung!
3. konsequent vertreten
4. Alliant + Rückhalt
5. Offensiv vorgehen mit dem, was aussteht

Ein Ziel ist

Eine Aussage, die einen gewünschten, zukünftigen Zustand der Realität beschreibt.

Eine Aufgabe ist

Eine Verpflichtung, eine vorgegebene Handlung durchzuführen. Eine Aufgabe liegt ein Ziel zugrunde.


Die richtigen Dinge tun!

Was ist jetzt zu tun?

Die Dinge richtig tun!

Strategisch & Operativ

Ich möchte bis
Mitte April 2008 im
Geschäft R. ¹⁰ 20 Neukunden
am Tag akquirieren;
Herausforderung:
Verdrängungswettbewerb

Welche Kunden!
Gut situiert, Verständnis
für Wert, Produkt würdigen.
Anspruchsvoll. Freude am
Gemeinsam. Gute Laune! 

Ziel Fr.-Schneider

1. Neue Kunden
gewinnen

S = Geschäft: Refrath

M = Tägl. Auswertung

A = Bester Verdrängungs-
wettbewerb! Warum?

R = 20 NK am Tag

T = Bis Mitte April

2) Wie kriege ich die NK
ins Geschäft?

- Golfplatz, Vorort,
Tüfter mit Kindern
(BtW 5)
- Golfhölzer ausstatten
- Preise / Substanz
- An den Betreiber heran-
treten
- Hochwertige Werbung

IST

SOLL

MASSNAHMEN

Rückblick

Stand der Dinge

Ausblick

Neue Mitarbeiter

1. Prospekt zum Unternehmen
2. Preisliste und Sortimentslisten
3. Tätigkeitsbeschreibung
 - soziale Kompetenz
 - fachliche Kompetenz
 - kommunikative Komp.
 - methodische K.
4. Sozialversicherungs-
pflichtige Punkte
"Abrechnungskarte gedruckt"
5. Checkliste, die von beiden Seite unterschrieben wird