



## Ziel

Markt-  
Stellung

Produktivität

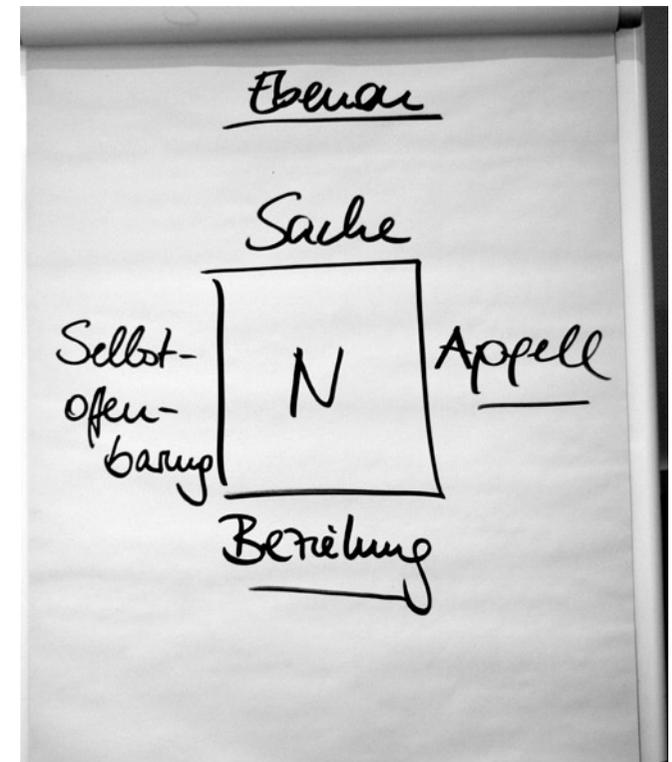
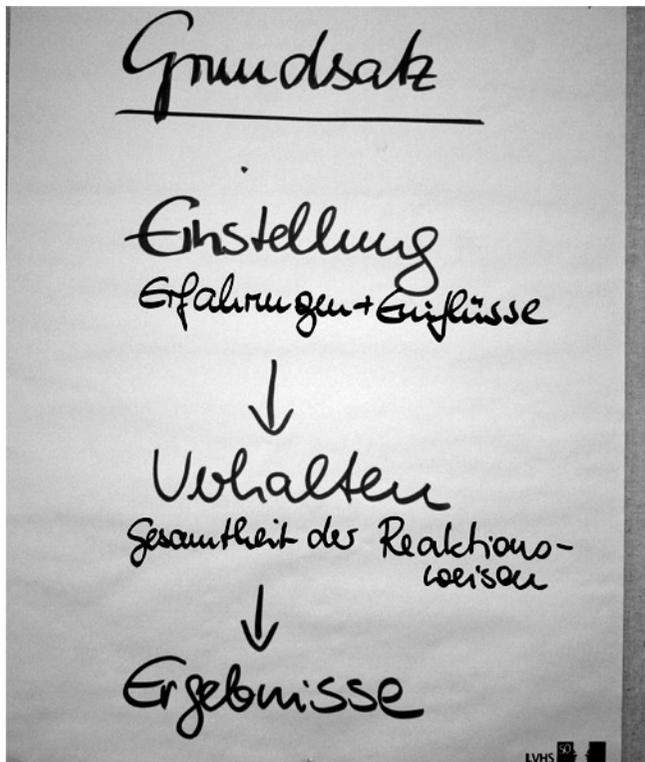


## Fazit: MARKT

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. <sup>10</sup> 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 = Bisher 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 Sortimentstafeln
3. Tätigkeitsbeschreibung
  - soziale Kompetenz
  - fachliche Kompetenz
  - kommunikative Komp.
  - methodische K.
4. Sozialversicherungs-  
pflichtige Punkte  
"Abrechnungskarte gedruckt"
5. Checkliste, die von beiden Seite unterschrieben wird