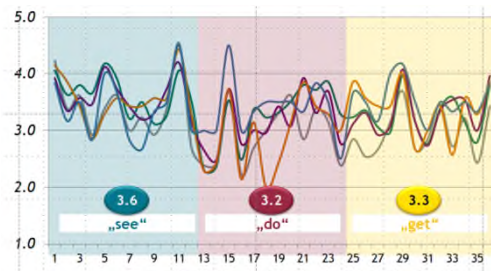


A to B Profile Prozess des Gewinnens

1. Qualifizierte Messung emotionaler Werte in Vorhaben (Projekte) mit „A to B Profil“ (Internet Tool)



Eine konsolidierte Auswertung nach Stakeholder-Kategorien (Kurven) zeigt die Hebelpunkte (Ovale). Die grössten Abstände zeigen den dringendsten Handlungsbedarf auf und bestimmen das Modul, mit dem gearbeitet werden muss.

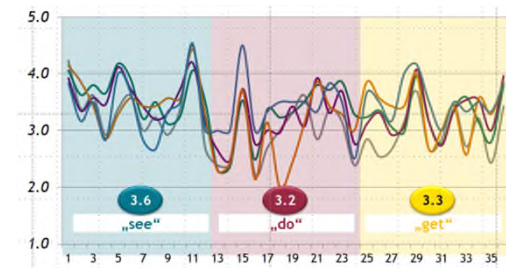
2. Direkte und sichere Umsetzung innerhalb der Projekte



Die 9 Anwendungen des Gewinnens

Der Kreislauf See Do Get ist in 9 methodischen Anwendungsbüchern verpackt. Obwohl die Bücher einem logischen Aufbau folgen, sind sie als Einzelmodule, also als Baukastensystem, nutzbar.

3. Nachhaltig durch Fortschrittsmessung nach ca. 6 Monaten



Der Erfolg lässt sich durch eine erneute Messung mit dem „A to B Profil“ prüfen und darstellen. Die Schritte 1 bis 3 werden beliebig wiederholt, bis die gewünschte Nachhaltigkeit erzielt wird.

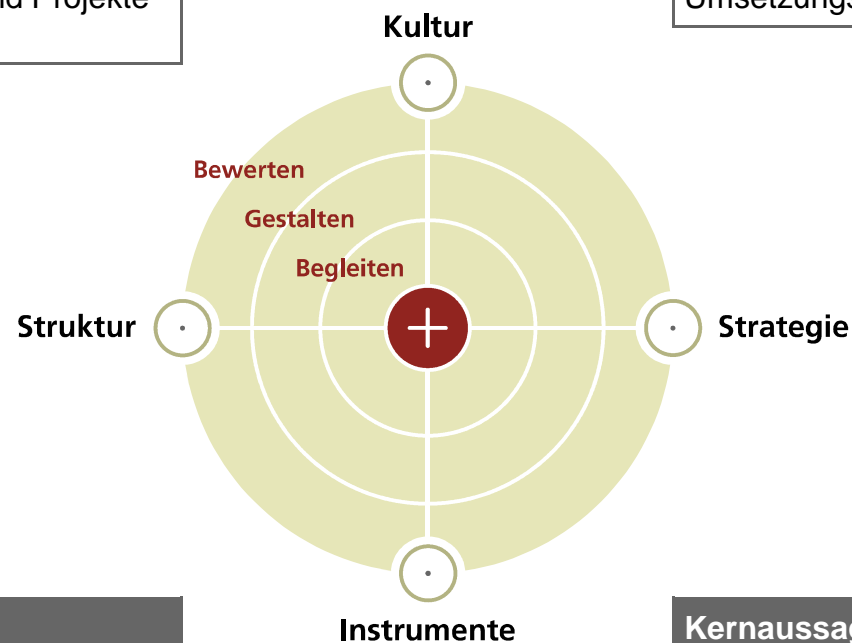
Steuerung der emotionalen Ebene

These

Durch die professionelle Steuerung der emotionalen Ebene werden die strategischen Vorhaben und Projekte beschleunigt.

Frage

Hat die neue Lösung eine breite Akzeptanz bei den Umsetzungsverantwortlichen?



Lösungsansatz

Die Erfassung des IST-Zustandes schafft Transparenz über die Meinungen der Beteiligten.

Kernaussage

Die erfolgreiche Umsetzung setzt die Einbindung und Akzeptanz der Beteiligten voraus.

A to B Pulse-Check: Qualifizierte Messung

Zweck des A to B Profils

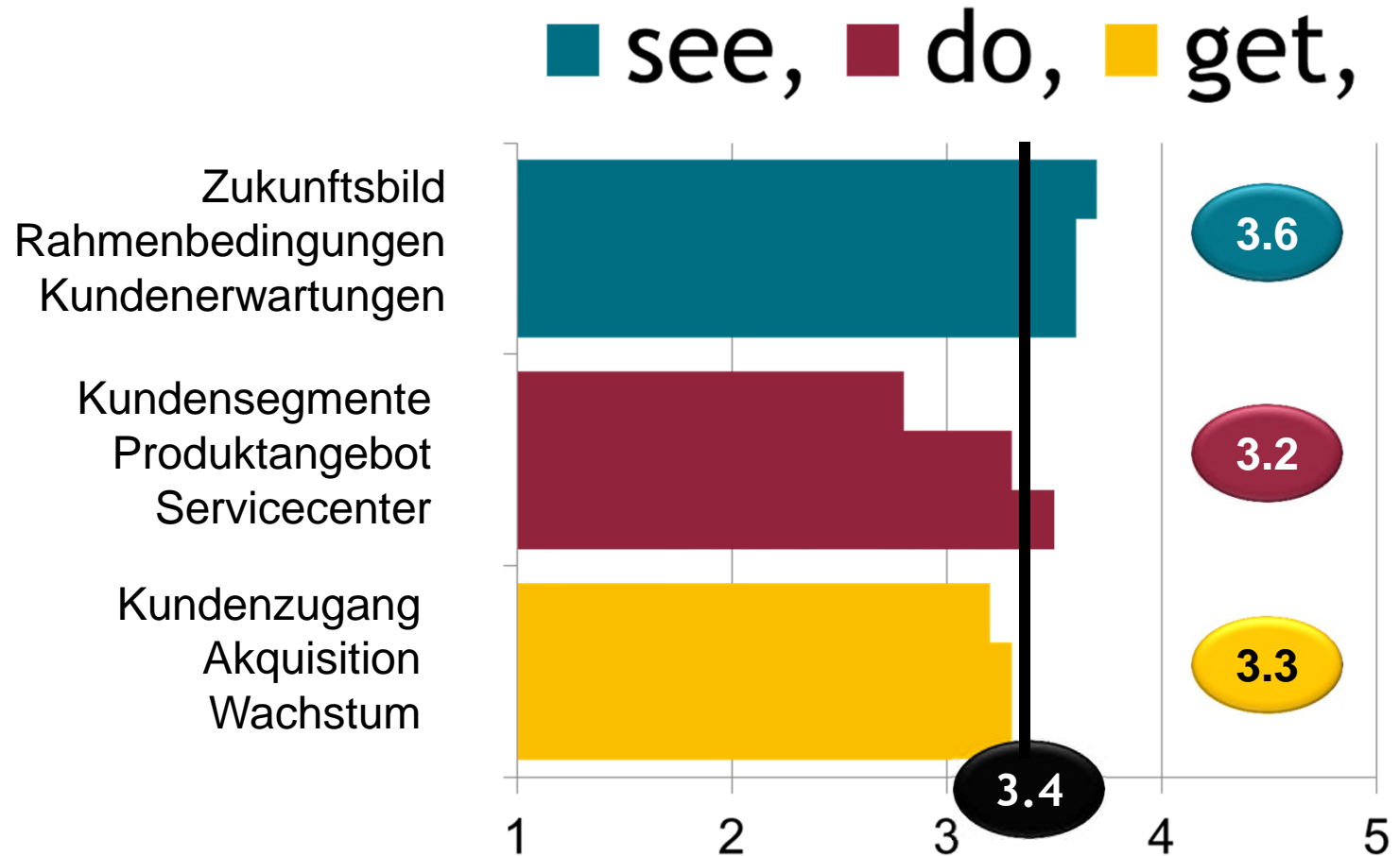
- Für mehr Schnelligkeit und Nachhaltigkeit in Ihren Projekten / Veränderungen ist eine repräsentative Transparenz über Einstellungen, Befindlichkeiten und Erwartungen Ihrer wichtigsten Bezugsgruppen erfolgsentscheidend.
- Hierfür haben wir ein internetbasiertes Werkzeug (A to B Profile) entwickelt. Basis für Struktur und Kommunikation bildet der **SEE DO GET** Ansatz.

Das **Sehen** bestimmt unser **Handeln**. Unser Handeln bestimmt unsere **Resultate**.
Besonderen Fokus legen wir dabei auf die didaktische / kommunikative Qualität der Ergebnisse.

Vorgehen

- Bestimmen der Bezugsgruppen und Umfrage-Teilnehmer
- Formulieren der wichtigsten Fragen (36)
- Durchführen der Online Befragung (Zeiteinsatz pro Person ca. 10 Minuten)
- Aufbereiten der Ergebnisse in Form eines Executive Summary's
- Definieren der Umsetzungsmassnahmen

Case Study - Summary

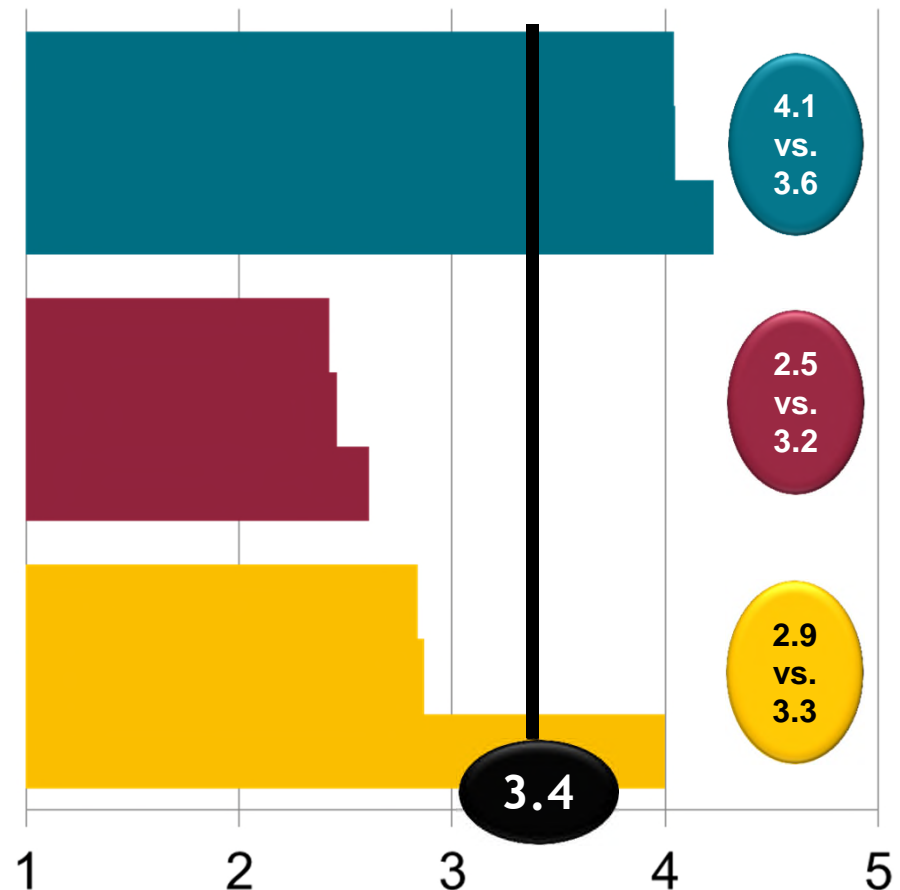


1 überhaupt nicht / 2 in geringem Masse / 3 in gewissem Masse / 4 in hohem Masse / 5 in sehr hohem Masse

Case Study Tops & Flops

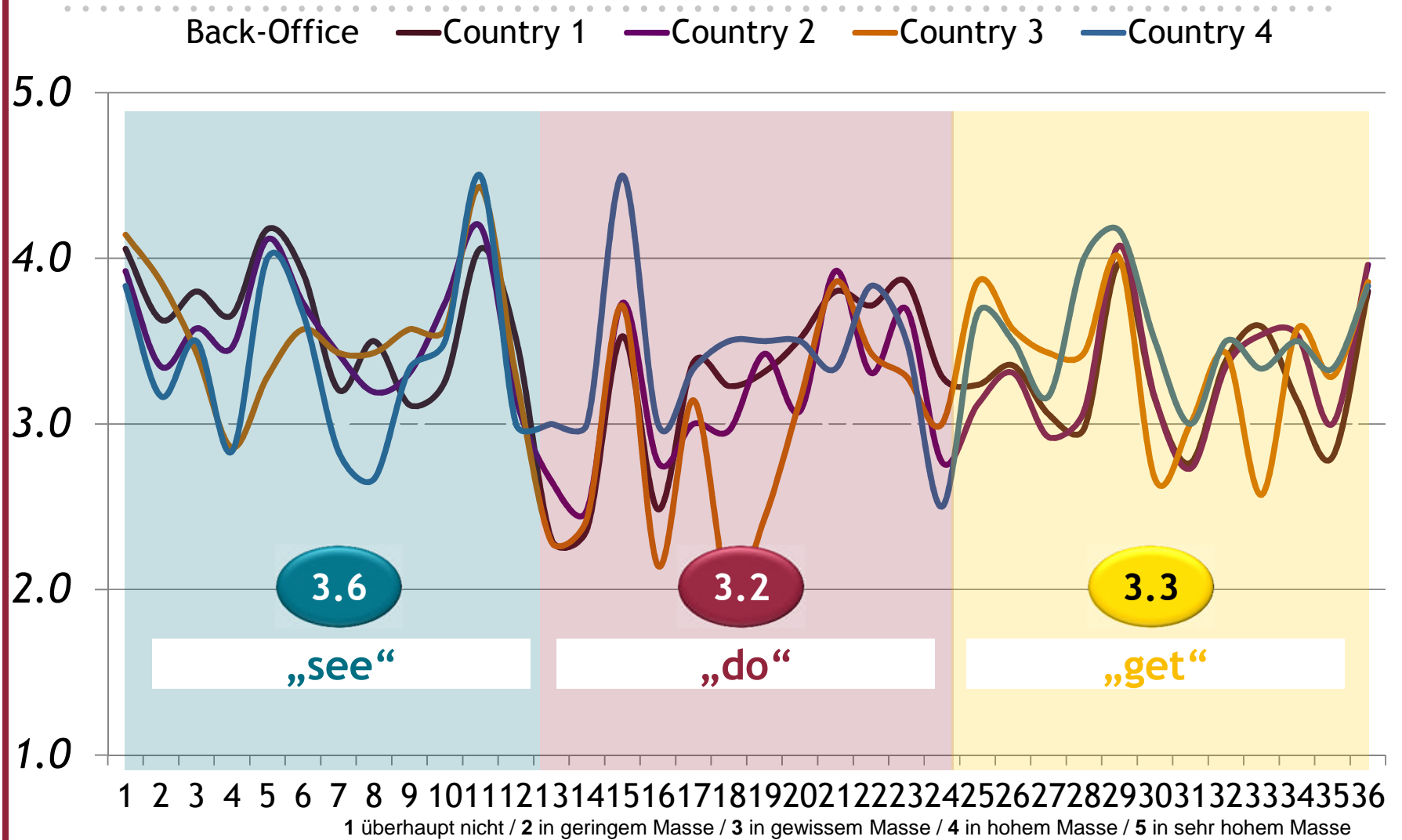
■ see, ■ do, ■ get,

- 1) Die Kundenbedürfnisse haben sich verändert
- 5) Die Auswirkungen der veränderten regulatorischen Rahmenbedingungen sind uns bewusst
- 11) Die Kunden erwarten künftig eine umfassendere Beratungsleistung
- 13) Die Aktivitäten zur Integration des neuen Segmentes sind transparent und bekannt
- 14) Wir kennen die Auswirkungen des Aufbaus des neuen Segmentes
- 16) Unsere Aktivitäten im neuen Segment sind genügend zielführend
- 31) Wir sind in den Entscheidungsprozess einbezogen
- 35) Wir verfügen über die notwendigen Fähigkeiten für Kundenakquisition und Neugeldgewinnung
- 29) Wir bleiben bei Herausforderungen optimistisch



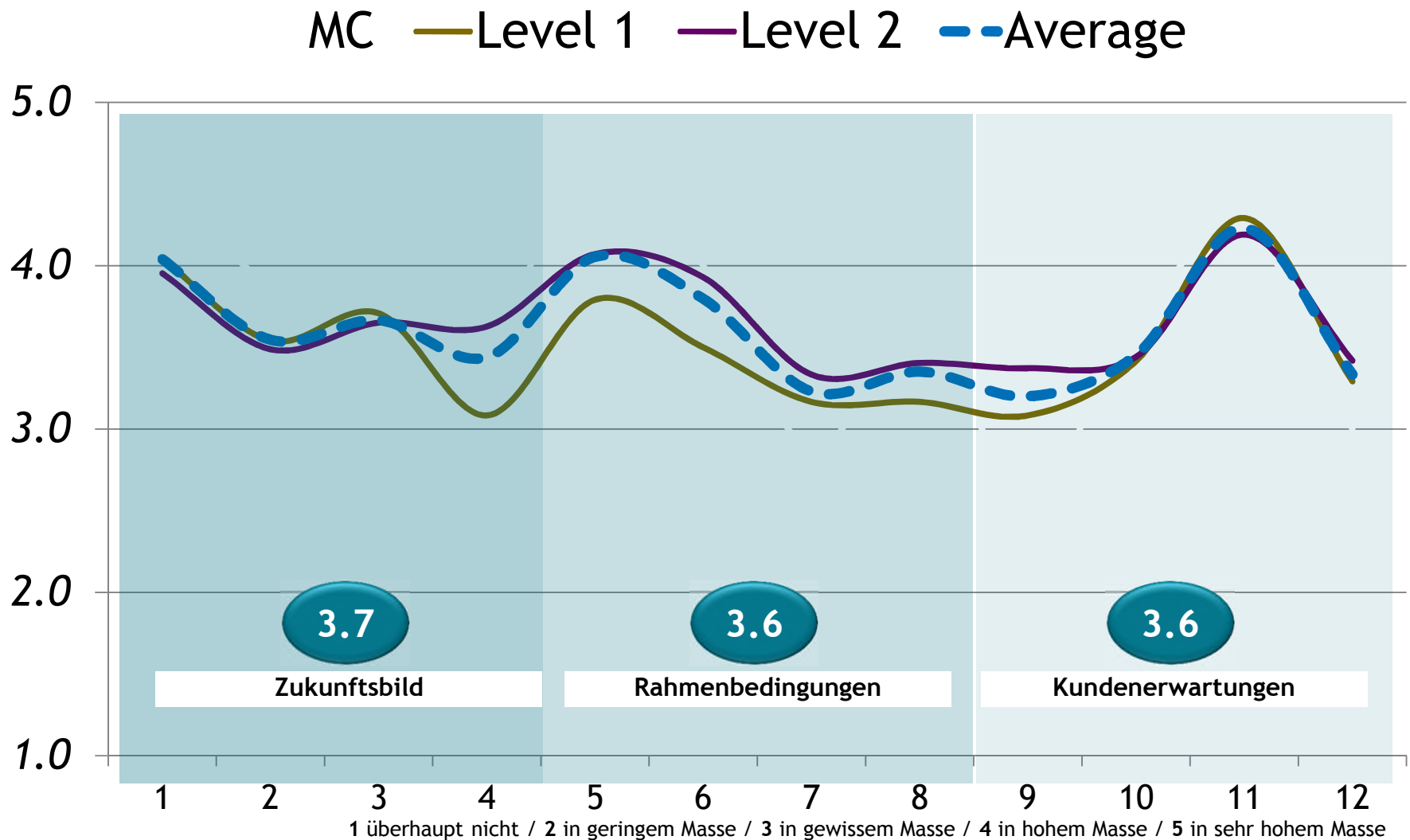
1 überhaupt nicht / 2 in geringem Masse / 3 in gewissem Masse / 4 in hohem Masse / 5 in sehr hohem Masse

Nach Region



Case Study

«See» nach Hierarchie



Kommentare & Erwartungen

Strategie

Kundenpräsenz – Window of Opportunities nutzen

- Vision PB – Wie überleben wir in einer konsolidierten Welt?
- Weiterentwicklung Geschäftsmodell (on- & offshore)
- Top-Down-Planung & Bottom-Up-Expertise/Commitment
- Szenarien für verschiedene Marktentwicklungen ausarbeiten
- Hunter- & Farmer-Prinzip stärken (weniger Administrationsaufwand für


Je nach Kunde die
treffendsten Kommentare
/ Erwartungen
übernehmen, Rest
löschen.

Führung

- Klare Guidelines & eigener Handlungsspielraum
- Entscheidungen & konsequente Umsetzung/Durchsetzung
- Ressourcen-Zugriff regeln & dezentrale Kompetenzen
- Leistungsgedanke transparent machen
- Ownership vorleben – nicht hinter Matrix verstecken
- Zusammenarbeit & Netzwerkbildung
- Interdisziplinarität & „neues“ Berater-Fachwissen
- Konsequente Umsetzung vereinbarter Prozesse/Abläufe & Abbau von Bürokratie
- Schaffen von Entwicklungsmöglichkeiten und Förderung der Mitarbeiter
- Faire und transparente Leistungsbeurteilung & Incentivierung

Winning Ways TM

Anmeldung / Fragebogen



Winning Ways™
A to B Profile

Anmeldung erfolgreich

Bitte überprüfen Sie Ihre Angaben

Projektname	Remmers Solutions AG
Teilnehmer	--
Ihr Code / Login	45d

Sollte ihre Anmeldung fehlschlagen, wenden sie sich bitte an: [Silvia Baumgartner](#)

Sind die Angaben korrekt, können Sie nun damit fortfahren, den Fragebogen zu beantworten.

© 2007 Bernd Remmers Consultants