

Die Top 10 der Potenziale

Die ungeschliffenen Diamanten der Stärksten

STRATEGIE

Marktstellung und Strategie könnten häufig noch besser aufeinander abgestimmt werden. Doch viele Unternehmen sehen sich als Wölfe im Schafspelz und setzen zu wenig auf eine klare und konsequente Führerschafts-Strategie.

SLOGAN

Slogans sagen oftmals zu wenig aus. Nicht nur die sinnsuchende Generation Y will rasch erkennen, wofür das Unternehmen steht, auch die Mehrzahl der Kunden verspürt diesen Wunsch. Mit einem ganzheitlichen Anspruch bietet der Slogan echte Orientierung.

BEWERBUNG

Im Bewerbungsprozess für neue Mitarbeiter könnten viele Unternehmen den ersten Eindruck, den sie vermitteln, noch schärfen. Sei es durch die Geschwindigkeit bei der Beantwortung und Bearbeitung der Bewerbung, sei es in der Qualität der Kommunikation mit den Bewerbern. Das verläuft mitunter noch sehr bürokratisch.

DIGITALISIERUNG

Das ist in weites Feld. Von den richtigen Keywords für die Website über eine eigene Plattformlösung bis hin zum Pitchen von Start-ups, um Know-how für neue Geschäftsfelder zu entdecken, reicht der Bogen der noch häufig nachzubessernden Möglichkeiten.

INNOVATION

Innovationen werden meist auf die verkaufbare Problemlösung beschränkt und zu selten auf die internen Prozesse angewandt. Die stärksten Unternehmen konzentrieren sich jedoch auf beides. Das rechnet sich dann auch.

DER ONLINE-WEG

Ob Kommunikations- oder Vertriebskanal: Durch die Corona-Krise hat sich die Einstellung hierzu stark geändert. Plötzlich mussten sich fast alle Unternehmen damit intensiver auseinandersetzen. So zählt "online" jetzt durchaus zum festen Unternehmensbestandteil und macht den qualitativen Unterschied aus. Doch daran gilt es weiter zu feilen.

LEISTUNGSVERSPRECHEN

Alleinstellung, Kernkompetenz und Positionierung. Können Sie das für Ihr Unternehmen kurz auf den Punkt bringen und daraus ein Leistungsversprechen für den Kunden ableiten? Hier tun sich nach wie vor viele Unternehmen schwer.

CRM

In Big-Data-Zeiten wird CRM zum unerlässlichen Helfer. Doch das Wissen will genutzt sein. Es geht nicht nur um Adresse, Kundenhobby und Wiedervorlage, sondern um die Zusammenhänge: wer bestellt wann in welchen Mengen, bei wie vielen Angeboten und welchen Preisen. So wird aus Big Data dann auch Smart-Data.

PERSONALENTWICKLUNG

Die systematische Qualifikation und Beurteilung der Mitarbeiter ist ein Wettbewerbsvorteil, den viele Unternehmen nicht wahrnehmen. Doch gerade High-Potentials legen bei ihren (zukünftigen) Arbeitgebern Wert darauf, zu erkennen, wie sie sich weiter entwickeln können.

AGILITÄT

Flexibilität, Selbststeuerung, Anpassungs- und Veränderungsgeschwindigkeit sollten zu strategischen Wettbewerbsvorteilen ausgebaut werden. Zum einen macht es Unternehmen tatsächlich spürbar schneller, zum anderen sollten Unternehmen auch hier mit der Zeit gehen.



DAS SIEGEL DER
STÄRKSTEN
UNTERNEHMEN

Ihr Weg zum Wirtschaftsmagnet



Wirtschaftsmagneten unterscheiden sich von anderen Unternehmen auf zwei Arten. Zum einen sind diese Unternehmen seit Jahren erfolgreich, weil sie auf einem breiten Fundament stehen. Zum anderen reflektieren sich diese Unternehmen ständig, um daran zu feilen, noch besser zu werden.

Unternehmen, die auf dem Weg zum Wirtschaftsmagnet sind, nutzen das Benchmarking, um wertvolle Hinweise zu bekommen, wo sie sich noch verbessern können.



Kontakt

Wirtschaftsmagnet GmbH
Christian Kalkbrenner
Geschäftsführer

Gstäudweg 72
88131 Lindau

T +49 8382 409301
mail@wirtschaftsmagnet.de
www.wirtschaftsmagnet.de