

PROJEKTBEISPIELE

Projektbeispiel 1 von 21

Präsidentiale Initiative „Wohlstand für Alle“ | Commercial Diplomacy

Der Kunde

- ❖ Regierung der Republik von Gambia / State House Banjul

Das Thema

Wohlstandsschaffung für die ländlichen Gebiete in der Republik Gambia durch **Agro-Industrialisierung**: eine präsidentiale Initiative

- ❖ Entwicklung von Ansätzen zur Transformation der Agrarwirtschaft im Gambia zur nachhaltigen kommerziellen Landwirtschaft
- ❖ Initiierung von korrespondierenden agrarwirtschaftsbasierten Fabriken

Ergebnis (erwartet)

- ❖ Erfolgreicher Launch von agrarbasierten Fabriken
- ❖ Förderungsmaßnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette von Lieferanten (Bauern) über Händler, Logistikfirmen, Service Centers bis Finanzdienstleistern usw.
- ❖ Schaffung nachhaltiger Verdienstquellen für Bewohner des ländlichen Gebietes in der Republik Gambia
- ❖ Nachhaltige Verbesserung der Lebensqualität der Zielgruppe bis zum interkontinental akzeptablen Minimum-Standards

Projektbeispiel 2 von 21

Solarprojekt zwecks Wohlstandsschaffung | Commercial Diplomacy

Der Kunde

- ❖ Internes Projekt von The Xsabo Group mit den Projektgesellschaften MSS XSABO POWER LIMITED (20MW), XSABO NKONGE SOLARLINE LIMITED (20MW), XSABO LIRA SOLARLINE LIMITED (50MW) und XSABO HYBRID SOLUTIONS LIMITED (Fünf Projekte von je 0,5MW)

Das Thema

Solkraftwerkprojekt zur Wohlfandsförderung („Ohne Strom keine wirtschaftliche Entwicklung“):

- ❖ Design, Sicherstellung der Finanzierung und Implementierung eines 150MW Solarkraftprojektes und 100MW Windkraftprojektes in der Republik Uganda, beginnend mit einem 20MW Pilot-Solarprojekt
- ❖ Durchführung der „Roll-Out Phase,“ die aus vier (4) weiteren Folgeprojekten in verschiedenen Standorten in Uganda besteht

Ergebnis

- ❖ Pilot Solarkraftprojekt erfolgreich in Betrieb genommen in Anwesenheit u.a. vom Staatspräsident Yoweri K. Museveni als Ehrengast, Vize-Präsident Edward K. Ssekandi und Engineer Simon D'Ujanga (Staatsminister für Energie)
- ❖ Die nächsten Projekte der „Roll-Out Phase,“ nämlich:
 - Xsabo Nkongwe Solarline (20MW)
 - Xsabo Lira Solarline (50MW)stehen kurz bzw. demnächst vor Lizenzerteilung und Baubeginn
- ❖ Darüber hinaus gibt es neun (9) Off-Grid Solar Hybrid Projekte, die in den nächsten 12 Monaten implementiert werden

Projektbeispiel 3 von 21

Einkommensgenerierung für die Jugend | Commercial Diplomacy / Market Entry

Der Kunde

- ❖ Buyasso Ventures Limited / The Xsabo Foundation

Das Thema

Markteintritt / Förderung vom Unternehmergeist unter jungen Menschen: Bau einer Kaffee-Fabrik für die Jugend der Region „Greater Masaka,“ in der das Pilot-Solarkraftwerkprojekt von The Xsabo Group liegt

- ❖ Durchführung einer Marktanalyse
- ❖ Entwicklung von Ansätzen zum Markteintritt
- ❖ Sicherstellung der Finanzierung
- ❖ Bau einer entsprechenden Kaffee-Fabrik

Ergebnis

- ❖ Erfolgreicher Bau der Kaffee-Fabrik
- ❖ Einkommensgenerierung für junge Menschen entlang der gesamten Wertschöpfungskette vom Kaffee-Garten über Logistik bis hin zur Fabrik und in der Kaffeetasse
- ❖ Begleitung beim Aufbau einer nationalen Marke in Vorbereitung für internationalen Markteintritt

Projektbeispiel 4 von 21

Produktentwicklung | Market Entry

Der Kunde

- ❖ Fancy Pads Ventures Limited / The Xsabo Foundation

Das Thema

Förderung und Finanzierung **Neuprodukt-Entwicklung / Hilfe zur Selbsthilfe**: Entwicklung von 100% biologisch abbaubaren Damenbinden zwecks Unterstützung von benachteiligten Mädchen und jungen Frauen in Uganda und eventuell im ganzen Afrika

- ❖ Durchführung einer Marktanalyse
- ❖ Finanzierung Neuprodukt-Entwicklung
- ❖ Mitwirkung bei Bestimmung Produktionsverfahren
- ❖ Entwicklung der Markteintrittsstrategie

Ergebnis

- ❖ 100% biologisch abbaubare, sichersitzende und spürbar weiche Damenbinden mit hautfreundlicher Oberfläche und hochsaugfähigem Kern (für ein sicheres Speichern der Flüssigkeit) entwickelt
- ❖ Hunderte Mädchen, die während ihrer Periode nicht in die Schule gingen, besuchen die Schule nun regelmäßig
- ❖ Ansätze zur Herstellung der kritischen Maße für den Markt stehen mit Baubeginn der Fabrik bis Ende 2020 kurz vor der Implementierung

Projektbeispiel 5 von 21

Markteintritt | Commercial Diplomacy

Der Kunde

- ❖ Botschaft der Republik Südafrika in Berlin (Bundesrepublik Deutschland)

Das Thema

Förderung von jungen Mode-Machern Südafrikas bei **Markteintritt** in die Bundesrepublik Deutschland:

- ❖ Potenzialanalyse / Markteintritt Deutschland
- ❖ Erarbeitung von entsprechenden strategischen und operativen Implikationen
- ❖ Begleitung bei der Implementierung der strategischen und operativen Implikationen

Ergebnis

- ❖ Fashion Show „Cape Town meets Berlin“ mit führenden Persönlichkeiten der Fashion-Industrie in Südafrika und Deutschland
- ❖ Erfolgreicher Markteintritt für junge Fashion Designers aus Südafrika in Deutschland

Projektbeispiel 6 von 21

Training & Coaching | Interim Management

Der Kunde

- ❖ Ein System-Entwicklungstrainer des Mittelstands in Deutschland

Das Thema

IT Consulting und Training

- ❖ Microsoft Acure Administrator
- ❖ Microsoft Windows Server Knowhow
- ❖ Microsoft Windows Server Securing
- ❖ Veeam Back up and Replication
- ❖ VMWare Sphere Konfiguration

Ergebnis

- ❖ Überdurchschnittliche Besserung der Produktivität der IT-Spezialisten
- ❖ Dreifache Erhöhung des Umsatzes
- ❖ Deutliche Mitarbeiter-Zufriedenheit mit ihrer Leistung

Projektbeispiel 7 von 21

IT Business Development | Interim Management

Der Kunde

- ❖ Ein System Entwickler in Deutschland

Das Thema

IT Business Development (Geschäftsentwicklung)

- ❖ Ansätze („Artificial Intelligence“) zum semi-autonomen Fahren
- ❖ IT-Training hinsichtlich semi-autonomen Fahrens

Ergebnis

- ❖ Erfolgreiche Implementierung beim Endkunden (Automobilhersteller der Premiumklasse)
- ❖ Deutliche Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit

Projektbeispiel 8 von 21

Ansätze zur Zukunftssicherung | Business Network Structuring

Der Kunde

- ❖ „High Profile“ Non-Profit-Organisation mit weltweiter Präsenz

Das Thema

Anpassung eines klassischen Ansatzes der Strategieberatung — angepasste **Balanced Scorecard** — zur Entwicklung von zukunftsweisenden Ansätzen:

- ❖ zur Verbesserung von Transparenz auf verschiedenen Ebenen (horizontal sowie vertikal)
- ❖ zum Aufbau einer effizienteren und effektiveren Steuerung
- ❖ zur Identifikation von Möglichkeiten zur Kostensenkung ohne gravierende Einschnitte an den Leistungen
- ❖ zur Ausschöpfung aller Finanzierungsmöglichkeiten und Verbesserung der Finanzierungsstruktur
- ❖ für erfolgssicheres Cash Management sowie Portfolio-Management für das gesamte Vermögen
- ❖ zur Sicherung und Optimierung der Leistungsqualität
- ❖ zur Ausschöpfung von Synergien in der Kooperation mit externen Partnern
- ❖ zur Stärkung der Mitarbeitermotivation und –identifikation

Ergebnis

- ❖ Signifikante Erhöhung der Einnahmen und nachhaltige Kostenreduktion
- ❖ Nachhaltige Sicherung der Leistungsqualität
- ❖ Erhöhung der Zufriedenheit und Bindung der Leistungsempfänger und Träger
- ❖ Ausschöpfung des Markenpotenzials und Imageverbesserung in der Außenwirkung
- ❖ Optimierung der Prozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette
- ❖ Senkung von Komplexität und Verbesserung der Steuerung und Steuerbarkeit
- ❖ Einführung eines Kompetenz- und Talent-Managements sowie Professionalisierung der Mitarbeiterbetreuung durch wertschöpfungsorientierte Personalarbeit

Projektbeispiel 9 von 21

Internationale Marktforschung | Business Expansion

Der Kunde

- ❖ Investor-Gruppe mit sehr anspruchsvollen Geschäftsambitionen (Immobilien / Wirtschaftsbau, Finanzdienstleistung)

Das Thema

Aufbau einer neuen Unternehmensgruppe mit dem Ziel, komplette Leistungen rund um die Immobilie aus einer Hand anzubieten

[Teilprojekt: Geschäftsbereich Banken]

- ❖ Einordnung der Hypothekenbanken in die gesamte Bankenlandschaft in Deutschland
- ❖ Durchführung einer Markt-, Kunden- und Wettbewerbsanalyse für Hypothekenbanken in Deutschland
 - Aktuelle und künftige Trends und Entwicklungen im Hypothekenbankgeschäft
 - Implikationen relevanter Gesetzesänderungen
 - Analyse von Marktvolumen und -entwicklung für einzelne Geschäftssegmente
 - Positionierung von Hypothekenbanken im Wettbewerbsumfeld
 - Detailanalyse der strategischen Ausrichtung ausgewählter Institute
- ❖ Identifizierung von Chancen und Risiken im Hypothekenbankengeschäft
- ❖ Bestimmung Akquisitionsobjekte im Finanzdienstleistungsbereich
- ❖ (Folgeprojekt: „Due Diligence — ausgewählte „Private Banks“ und Hypothekenbanken in Deutschland und der Schweiz)

Ergebnis

- ❖ Stellung der Banken in der Unternehmensgruppe definiert
- ❖ Innovatives Geschäftsmodell und diesbezügliche Geschäftsstrategie (Immobilien-Investment-Banking) entwickelt
- ❖ Basis für die strategische Positionierung der relevanten Akquisitionsobjekte geschaffen

Projektbeispiel 10 von 21

Strategische Kundenbindung | Business Networking (Marketing Excellence)

Der Kunde

- ❖ Ein führendes pharmazeutisches Unternehmen mit internationaler Präsenz

Das Thema

Umsatz- und Profitabilitätssteigerung durch **strategische Kundenbindung & „Marketing Excellence“**

- ❖ Untersuchung und Analyse des derzeitigen Standings des Unternehmens aus Kundensicht
- ❖ Bestimmung des aktuellen Zufriedenheits- und Kundenbindungsgrades in den relevanten Zielgruppen (Allgemeinmediziner, Urologen, Neurologen/Psychiater, Pulmologen, Kardiologen / Internisten, Ärzte in Krankenhäusern, Apotheker in Krankenhäusern und Versorgungsapotheker)
- ❖ Bewertung der Leistungsperformance auf Ebene von definierten Leistungsmerkmalen
- ❖ Stärken- / Schwächen-Analyse im Wettbewerbsumfeld
- ❖ Ableitung von strategischen und operativen Implikationen
- ❖ Empfehlung von strategischen und operativen Verbesserungsmaßnahmen
- ❖ Erstellung Umsetzungsplan

Ergebnis

- ❖ Serviceleistung optimiert und verbessert
- ❖ Signifikante Effizienzsteigerung in der Marktbearbeitung realisiert
- ❖ Kundenzufriedenheit und Kundenbindung erhöht
- ❖ Solide Basis für Umsatz- und Profitabilitätssteigerung geschaffen
- ❖ Maßnahmen für kontinuierliche Verbesserung eingeführt

Projektbeispiel 11 von 21

Globalisierungschancen | Business Network Structuring

Der Kunde

- ❖ Ein „Start up“
(Auftragsforschung — Ausschöpfung der Chancen der Dekonstruktion der Pharmaindustrie)

Das Thema

Ausarbeitung eines professionellen „**Business Plan**“ zur Gewinnung von Investoren (Venture Capitalists) und Fördermitteln

- ❖ Abschätzung des Marktpotenzials für eine innovative Geschäftsidee
- ❖ Konkurrenzanalyse (aktuelle sowie potenzielle Mitbewerber)
- ❖ Ableitung der Chancen und Risiken für den „Start up“
- ❖ Entwicklung der Marketingstrategie (Preisgestaltung, Promotion, Distribution)
- ❖ Erstellung einer kurz- und mittelfristigen Umsatzprognose
- ❖ Cashflow- und Sensitivitätsanalyse
- ❖ Erarbeitung des Marketingplans
- ❖ Entwurf des Realisierungsfahrplans mit Instrumenten zur Erfolgskontrolle

Ergebnis

- ❖ Solide Grundlage für den Aufbau des „Start up“ überdurchschnittlich schnell geschaffen
- ❖ Die Umsatzprognose wird durch die bisherige Geschäftsentwicklung bestätigt

Projektbeispiel 12 von 21

Wachstumschancen | Internationale Expansion

Der Kunde

- ❖ Mittelstandsunternehmen in den Emerging Markets
(Großhandel — Nahrungsmittel)

Das Thema

Ausschöpfung von **Wachstumschancen** innerhalb sowie jenseits von Branchen- / Industriegrenzen

- ❖ Durchführung einer Portfolioanalyse auf den Ebenen „Geschäftsfelder“ und „Produkte/ Serviceleistungen“
 - Analyse der aktuellen Geschäftsfeldpositionierung nach Marktanteil / Marktwachstum und entsprechende Bewertung der zukünftigen Performance
 - Identifikation von attraktiven Märkten jenseits der Branchen- bzw. Industriegrenzen, auf denen das Unternehmen mit seinen aktuellen Kernkompetenzen und derzeitigen Fähigkeiten Wettbewerbsvorteile erlangen kann
 - Identifizieren von neuen Kompetenzen bzw. neuen Fähigkeiten, die das Unternehmen braucht, um in den neuen Marktfeldern erfolgreich und zukunftsfähig zu sein
- ❖ Ableitung der strategischen Implikationen je nach Positionierung in der klassischen 4-Felder-Matrix (Cash cows, Problemfelder / -produkte, Nachwuchsprodukte/Fragezeichen, Starfelder / Starprodukte)
- ❖ Erarbeitung von strategischen Optionen zur Ausschöpfung von Wachstumschancen und damit zur Umsatzsteigerung

Ergebnis

- ❖ Realistische bisher ungeahnte Wachstumschancen im Kerngeschäft wurden identifiziert
- ❖ Wachstumsmöglichkeiten jenseits von traditionellen Branchengrenzen ebenfalls identifiziert
- ❖ Entsprechende strategische Handlungsalternativen zur optimalen Ausschöpfung der Wachstums- und Umsatzsteigerungschancen bestimmt
- ❖ Strategische Geschäfts- bzw. Organisationseinheiten wurden zur Erhöhung der Effizienz und Effektivität in der Marktbearbeitung entsprechend neustrukturiert

Projektbeispiel 13 von 21

Umsatzsteigerung | Business Networking

Der Kunde

- ❖ Ein Global Player im globalen Firmenkunden-Bankgeschäft
(Global Corporate Banking / Investment Banking)

Das Thema

Identifizieren und Ausschöpfen von Umsatzsteigerungschancen durch „Cross Selling“

- ❖ Identifizierung von Kunden mit hohem Wachstumspotenzial
- ❖ Abschätzung des Bedarfs der Zielkunden nach Bestandsaufnahme der bisherigen Produkt- und Servicenutzung
- ❖ Abgleich des „Wallet Share“ des Unternehmens bei diesen Kunden
- ❖ Identifikation von „Lücken“ im Produkt- und Serviceprogramm des Unternehmens
- ❖ Maßnahmenplanung, (Angebotsbündelung, Vermarktung, ...)
- ❖ Umsetzungsplanung

Ergebnis

- ❖ Deutliche Steigerung des Umsatzes
- ❖ Steigerung der Kundenbindung
- ❖ Gewinnung neuer hochpotenter Kunden (Firmenkundengeschäft)

Projektbeispiel 14 von 21

Produkt- & Markenstrategie | Internationale Expansion

Der Kunde

- ❖ Ein Global Player im internationalen Firmenkundengeschäft (Global Corporate Banking)

Das Thema

Weiterentwicklung und Differenzierung **Produkt-, Marken- und Unternehmensimage**

- ❖ Durchführung einer Wettbewerbs- und Kundenanalyse
- ❖ Ableitung von konzeptionellen Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Unternehmens- und Produktmarke
 - Markenstrategie (Portfoliostrategie, Markenpositionierung)
 - Markentreiber (Leistungspalette, Services, Kommunikation, Kundenerfahrungen)
 - Brand Equity (Bekanntheitsgrad, Wahrnehmung, Präferenz, Verhalten der Kunden)
 - Markenwert (Preispremium, Geschäftsvolumen, Marktanteil)
- ❖ Erarbeitung eines Konzepts zur Optimierung der Markenstrategie und zu kontinuierlichen Verbesserungen in der Markenführung
- ❖ Erstellung eines internationalen Marketing- und Kommunikationsplans (Westeuropa und Emerging Markets)

Ergebnis

- ❖ Marken- und Unternehmenswerte weiterentwickelt
- ❖ Positionierung verstärkt durch weitere Differenzierung gemäß dem Unternehmensmotto und Leitbild
- ❖ Markenbekanntheitsgrad und Image noch weiter verbessert

Projektbeispiel 15 von 21

Re-Positionierung | Internationale Expansion

Der Kunde

- ❖ Mittelstandsunternehmen mit Ambitionen auf einer Präsenz in ausgewählten Ländern im „Euroland“ (Modebranche)

Das Thema

Repositionierung auf dem Markt

- ❖ Überprüfung der aktuellen Positionierung
- ❖ Screening des Leistungsportfolios
- ❖ Benchmarking / Wettbewerbsanalyse
- ❖ Entwicklung von Lösungsszenarien für die Repositionierung und Neuausrichtung
- ❖ Ableitung der Prioritäten für Investition und Desinvestition

Ergebnis

- ❖ Strategie-Empfehlung für eine neue fokussierte Positionierung bei gleichzeitiger „Portfolio-Optimierung“ und Stärkung des Kerngeschäfts
- ❖ Umsetzungsplan

Projektbeispiel 16 von 21

Re-Strukturierung | Business Network Structuring

Der Kunde

- ❖ Juristisch unabhängige Tochtergesellschaft eines Mischkonzerns (Außenhandel)

Das Thema

Corporate Re-Structuring (Unternehmensrestrukturierung)

- ❖ Allgemeine Ursachenanalyse
- ❖ Finanzanalyse (Einnahmen und Kosten, Cash flow, Kapitalstruktur)
- ❖ Analyse operativer Aktivitäten (Kernprozesse und Struktur, Management / Personal)
- ❖ Strategie-Analyse (Produktportfolio, Märkte / Kunden, Wettbewerbsposition)
- ❖ Entwicklung Restrukturierungskonzept (Finanzen, strategische und operative Maßnahmen sowie „Top-Down“ Verbesserungsziele)
- ❖ Erstellung Restrukturierungsplan (Integrierter „Business Plan“ zum „Change and Activity Management“ sowie „Bottom-up“ Planung der Maßnahmen)

Ergebnis

- ❖ Rasche Realisierung von schnellen Gewinnen (Quick Wins: Costs down / sales up; cash raised)
- ❖ Drohende existenzielle Bedrängnis verhindert
- ❖ Weichen für die Sicherung der Zukunftsfähigkeit des Unternehmens gestellt

Projektbeispiel 17 von 21

Internationale Marktforschung | Internationale Expansion (Markteintritt)

Der Kunde

- ❖ Eine weltweit führende Schweizer Universalbank (Geschäftsbereich „Private Banking“)

Das Thema

Marktanalyse (bevorzugte Insel) und Entwicklung der entsprechenden Markteintrittsstrategie

- ❖ Potenzialanalyse / -abschätzung (Fokussierung auf vermögende Deutsche im Zielmarkt)
 - Marktbedingungen
 - Marktvolumen und Wachstumstrend (allgemein und nach Produktgruppen)
 - Erste Inputs zum Themenbereich „Differenzierungsmöglichkeiten“
- ❖ Durchführung einer Wettbewerbsanalyse unter Berücksichtigung der „current players“ sowie der möglichen „Newcomer“
- ❖ Ableitung von strategischen und operativen Implikationen
- ❖ Entwicklung der entsprechenden Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategie

Ergebnis

- ❖ Strategische und operative Maßnahmen empfohlen
- ❖ Marktbearbeitungsplan erstellt

Projektbeispiel 18 von 21

Internationale Pricing-Strategie | Internationale Expansion

Der Kunde

- ❖ Ein weltweit führendes pharmazeutisches Unternehmen

Das Thema

Internationale Pricing-Strategie

- ❖ Auswahl der Länder bzw. Märkte für die Neueinführung
- ❖ Datenerhebung in persönlichen Interviews mit Außendienstmitarbeitern, Vertriebsmanagern und Marketingleitung sowie dem zuständigen Mitglied des Vorstands
- ❖ Desk Research (Analyse von Marktdaten)
- ❖ Expertenbefragung / Befragung von Ärzten
- ❖ Price Sensitivity Measurement / Conjoint-Analyse
- ❖ Vorbereitung, Durchführung und Nachfassung von Management-Workshops in ausgewählten Ländern bzw. Märkten (vor und nach der Analyse)
- ❖ „Fine-tuning“ der Ergebnisse
- ❖ Bestimmung des internationalen Preiskorridors

Ergebnis

- ❖ Internationale Pricing-Strategie entwickelt und mit großem Erfolg durchgeführt

Projektbeispiel 19 von 21

Kommunikationsstrategie | International Business

Der Kunde

Ein führendes pharmazeutisches Unternehmen mit weltweiter Präsenz

Das Thema

Optimierung der konzernweiten **Kommunikationsstrategie** vor dem Hintergrund von drei Fusionen und Übernahmen sowie der Namensänderung und ständig schlechten Presseberichten

- ❖ Durchführung von Fokus-Interviews mit den Länderchefs und Kommunikationsdirektoren der Tochtergesellschaften in Westeuropa, Südamerika und den USA
- ❖ Analyse und systematische Beschreibung des Status quo
- ❖ Ableitung von strategischen und operativen Implikationen
- ❖ Erarbeitung von konzeptionellen Maßnahmen zur Optimierung und Verbesserung der Kommunikationsstrategie und –politik auf Konzernebene

Das Ergebnis

- ❖ Die überarbeitete Kommunikationsstrategie wurde konzernweit umgesetzt und die Organisation auf Ebene der Länderorganisationen entsprechend ausgerichtet
- ❖ Eliminierung von widersprüchlichen Signalen in der Außendarstellung
- ❖ Signifikante Imageverbesserung

Projektbeispiel 20 von 21

Neu-Geschäft Integration | International Business

Der Kunde

- ❖ Ein Global Player im internationalen Banking (Firmenkundengeschäft)

Das Thema

Post Merger Integration (PMI)

- ❖ Ableitung von Zielen anhand der vorgegebenen Vision und Strategie
- ❖ Vorbereitung, Moderation und Nachfassung von „Brown Paper Workshops“ und „Management Workshops“ zur Ideengenerierung und Erstellung des „Sollkonzepts“ für einzelne Kernbereiche des Unternehmens
- ❖ Erarbeitung von konzeptionellen Maßnahmen zur Erzielung von schnellen Gewinnen für die Mitarbeiter sowie Anteilseigner
- ❖ Identifikation von konkreten mittel- und langfristigen Wachstumschancen und Synergien
- ❖ Erstellung des Integrationsplans
- ❖ Inhaltliche Definition und Aufstellung des entsprechenden Kommunikationsplans
- ❖ Bestimmung der Instrumente für Ergebniskontrolle und Risikomanagement
- ❖ Gezielte Begleitung der Implementierung

Ergebnis

- ❖ Breite Zustimmung bei allen Beteiligten
- ❖ Sicherstellung eines exzellenten „Expectations Management“
- ❖ Solide Orientierung für Mitarbeiter und Anteilseigner
- ❖ Kulturelle Unterschiede bewältigt
- ❖ Erfolgreiche Ausschöpfung von „Quick Wins,“ Synergien und Wachstumschancen
- ❖ Balanced Scorecard als Führungs- bzw. Managementsystem in allen Projektländern erfolgreich eingeführt — wie im gesamten Konzern (in mehreren Ländern auf allen Kontinenten)

Projektbeispiel 21 von 21

Training & Coaching | Interim Management

Der Kunde

- ❖ Eine weltweit führende Unternehmensgruppe
(Chemie und Pharma)

Das Thema

Mitarbeiter **Coaching und Training** (2-mal im Jahr) für Führungskräfte aus verschiedenen Ländern
(Produktmanagement, Marketing und Vertrieb)

Im ersten Jahr:

- ❖ Festlegung der Zielgruppe und des Umfangs der Seminare und Workshops
- ❖ Entwicklung Training-Konzept und Einbettung ins Förder- und Weiterbildungsprogramm des Konzerns
- ❖ Entwicklung Kerninhalte der Seminare und Workshops
- ❖ Entwicklung Kernpunkte des „Training Manual“
- ❖ Durchführung des Teilseminars zum Thema „Internationale Pricing-Strategie“

Danach (2-mal jährlich):

- ❖ Durchführung folgender Teilseminare und Workshops (meine Rolle wurde auf Kundenwunsch deutlich erweitert)
 - Internationale Pricing-Strategie
 - Techniken der Wettbewerbsanalyse
 - Portfolioanalyse / Produktlebenszyklus
 - Grundprinzipien der Kundenorientierung

Ergebnis

- ❖ Solide Verankerung der Philosophie der Kundenorientierung unter den Mitarbeitern
- ❖ Verbesserung der Leistung der Mitarbeiter
- ❖ Kontinuierliche Erhöhung der Motivation und Beitrag zur Sicherung der Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen.