Moderne Vertriebs- und Marktsteueurung in globalen Märkten

Exportieren Sie noch – internationalisieren Sie bereits oder haben Sie Ihr Geschäftsmodell längst globalisiert?

Norbert Wölbl
Partner

LIEBICH & PARTNER

These I

Dynamische Preisgestaltung und die Individualisierung von Produkten/Dienstleistungen auf Basis von Nutzerbedürfnissen werden dramatisch zunehmen – weltweit.

Unternehmen, die das für ein Märchen halten, werden erhebliche Marktanteile verlieren und in Schwierigkeiten geraten.

These II

Wir werden weiterhin noch arbeiten, trotz Robotik und künstlicher Intelligenz.

Menschen und Maschinen werden noch symbiotischer zusammenarbeiten

– die Dimensionen dieser Zusammenarbeit entwickeln sich rasant und international.

These III

Kultur & Wertesysteme, werden zum zentralen Kit, der Organisationen noch zusammenhält.

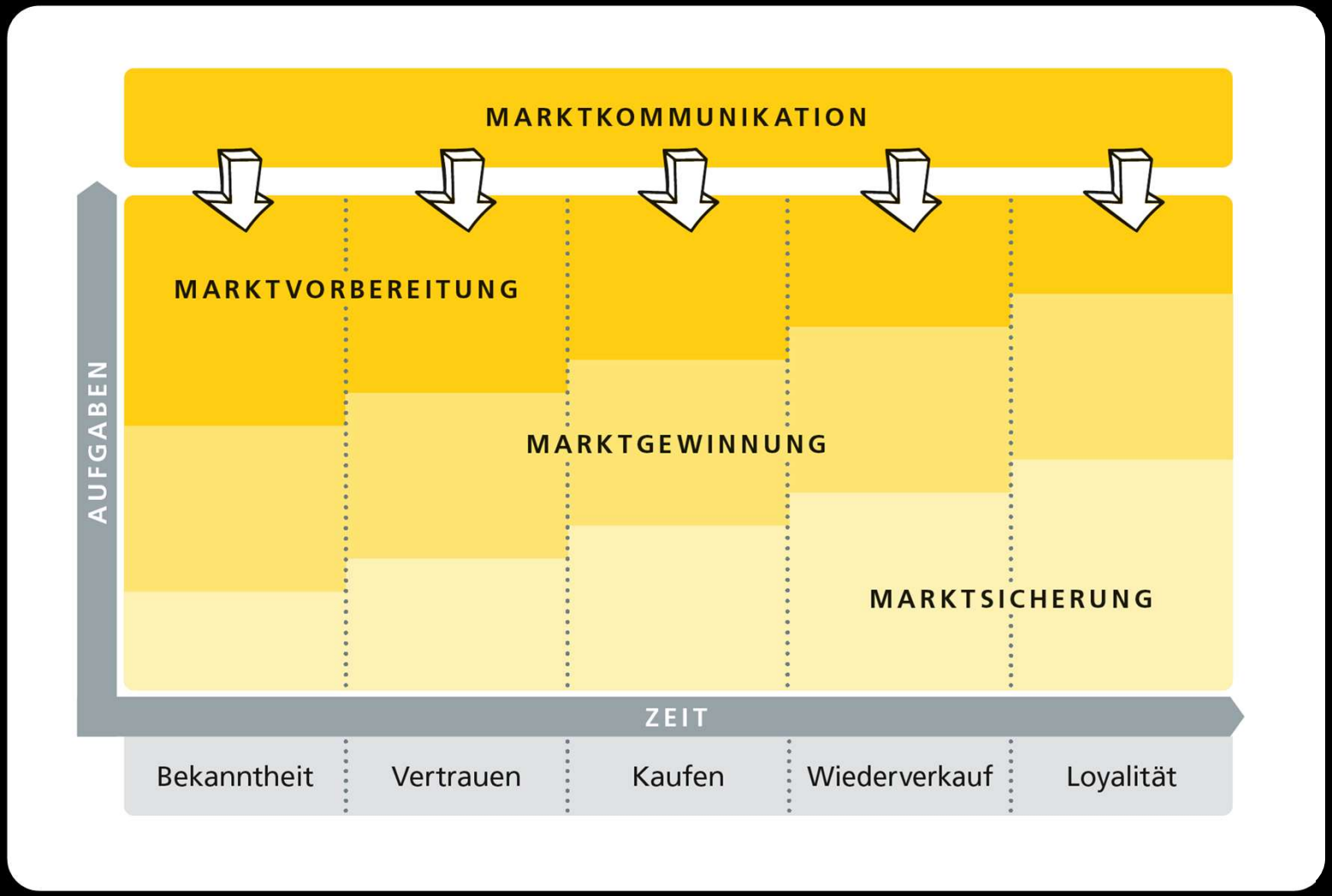
Denn Geschäftsmodelle und Produkte werden derart hohen Dynamiken ausgesetzt, dass sie keine Gravitation mehr erzeugen können.

Charismatische Mentoren, werden in völlig neuen Organisationen wieder an Bedeutung gewinnen.

– Führen ohne Macht & mit Richtung wird zur Schlüsselkompetenz.

Denken im Markt-Kosmos

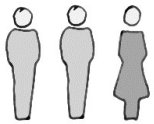
Denken im Markt-Kosmos



Denken und handeln im Markt-Kosmos

Marke / DNA

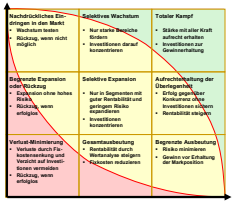
Bedürfnisgruppen



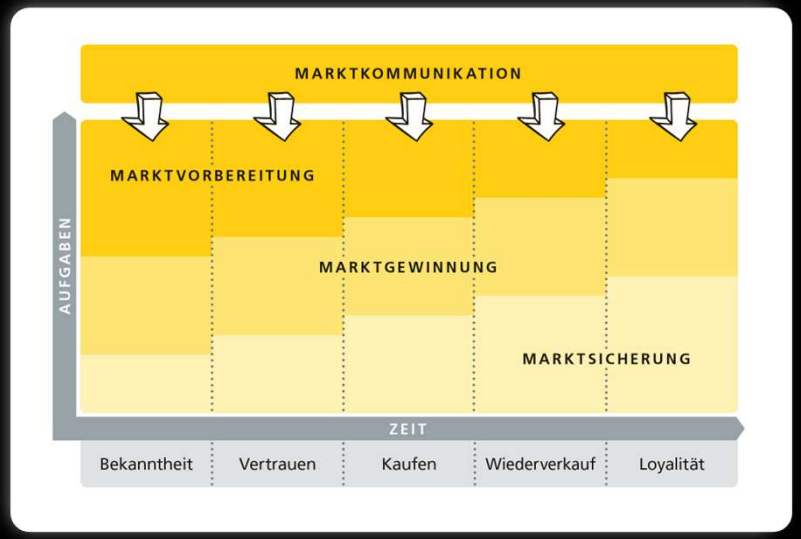
Geschäftsmodell

Marktwissen

Marktbearbeitungs-strategie



Was werden wir bis 20XX erreicht haben?



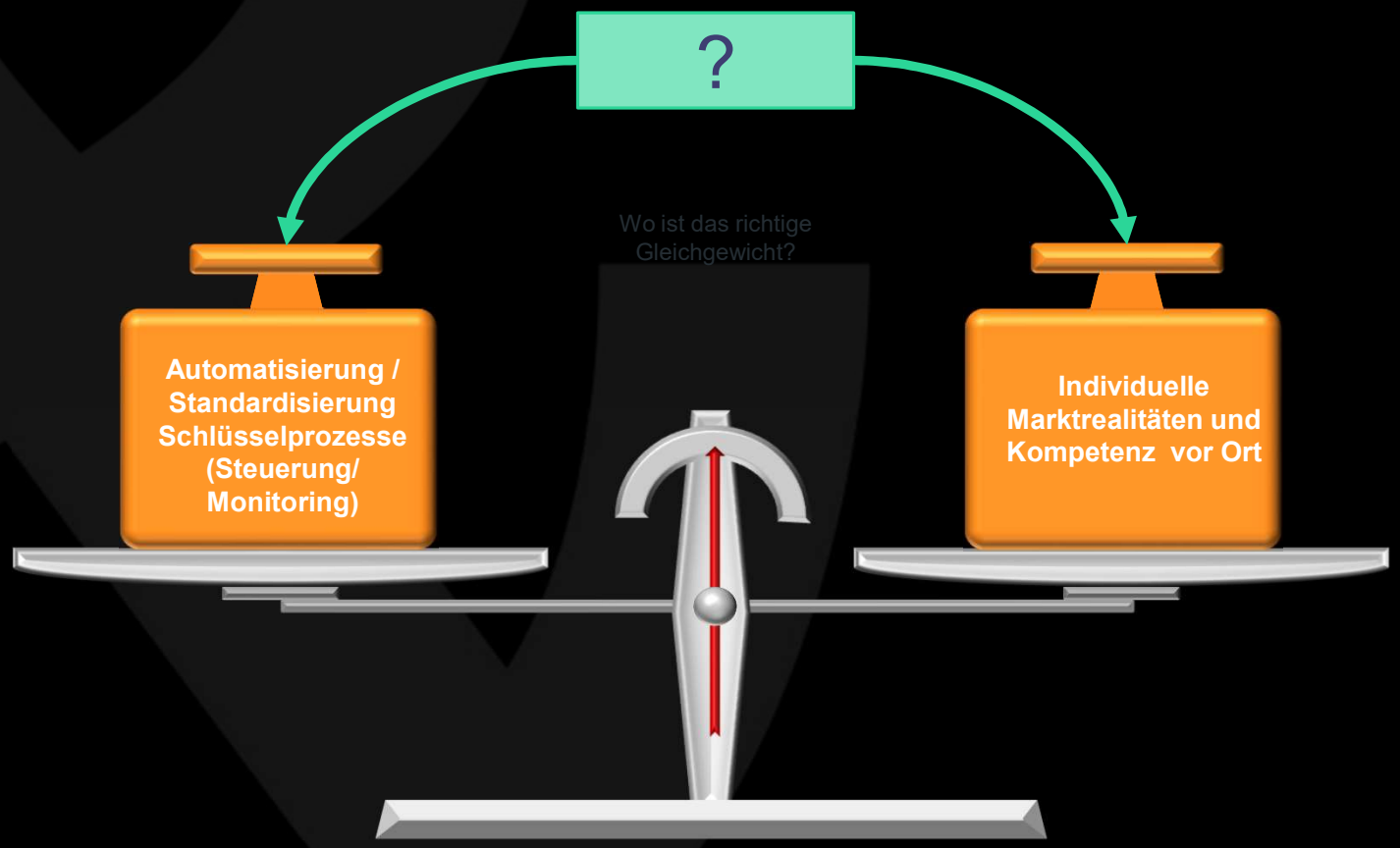
Konzeption und Umsetzung

- Organisation (Kompetenzen /Rollen)
- Prozesse
- Systeme
- Landschaft der Instrumente

Hier finden Sie ein kurzes Video zur Erklärung dieses Modells:
https://www.liebich-partner.de/de/trends/maerkte-von-morgen#section-2

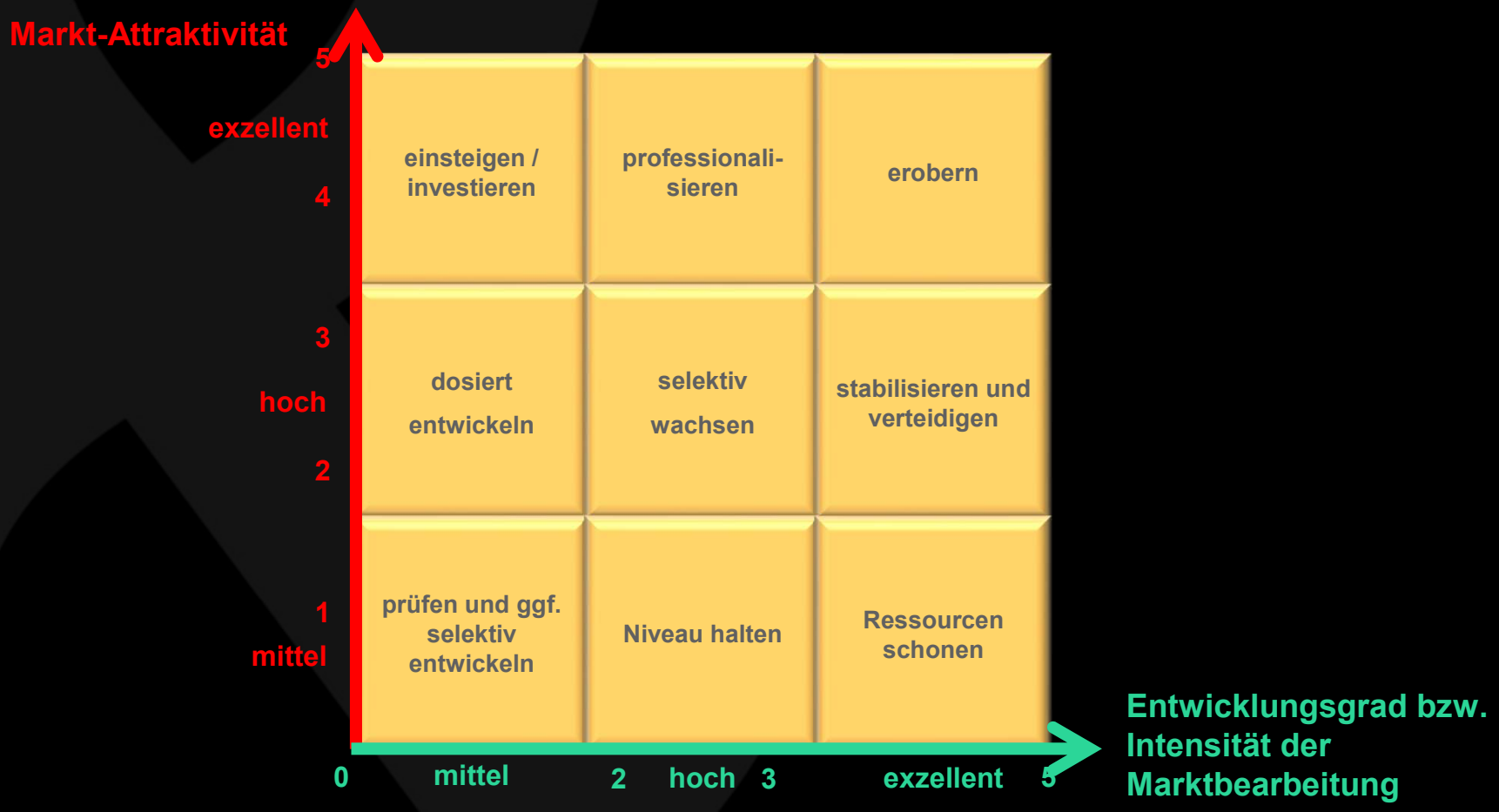
LIEBICH & PARTNER

Dilemma zwischen Standardisierung und Individualität



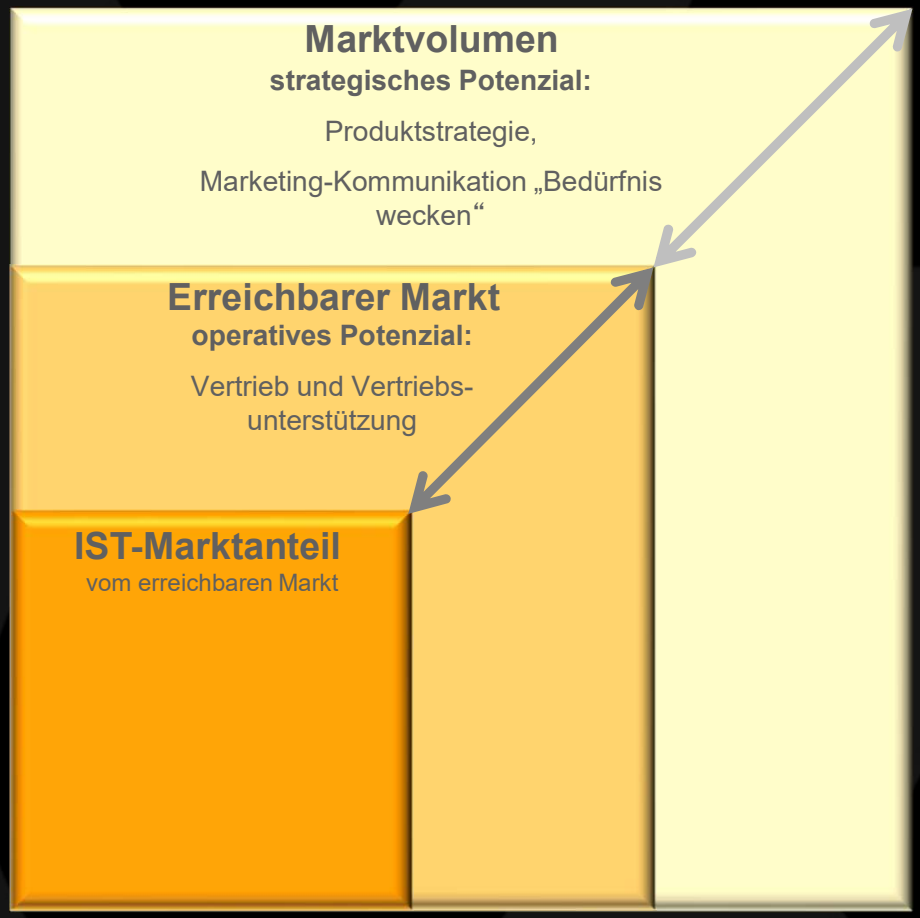
LIEBICH & PARTNER Consulting GmbH

Das Entwicklungsgradmodell / Ableiten von Marktbearbeitungsstrategien



LIEBICH & PARTNER

Impuls: Potenzialbetrachtung in der Marktbearbeitung

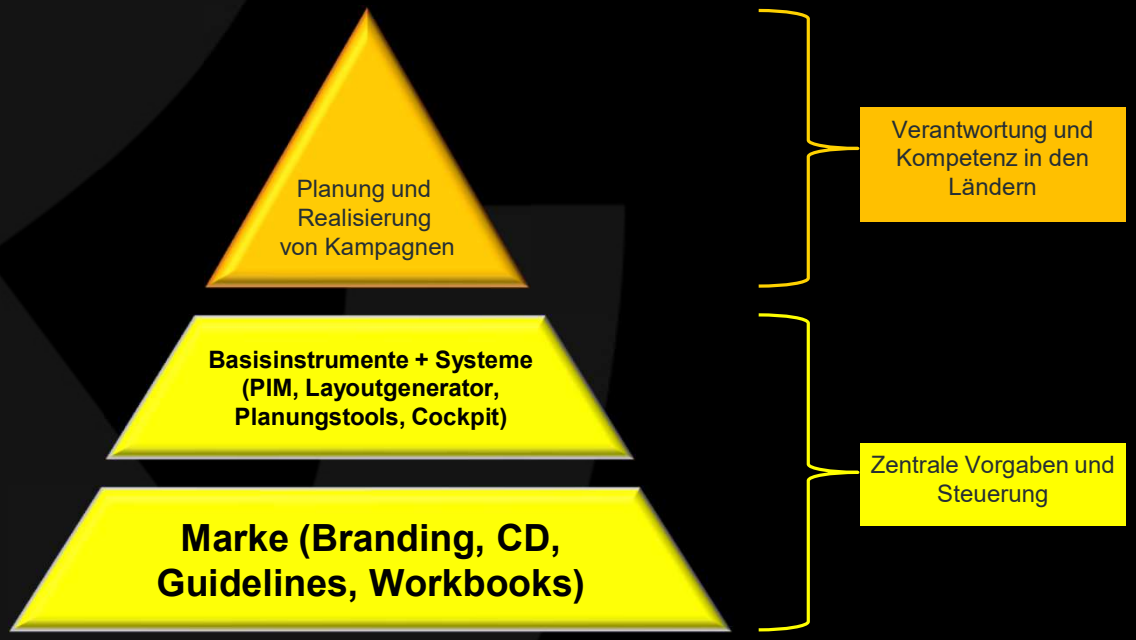


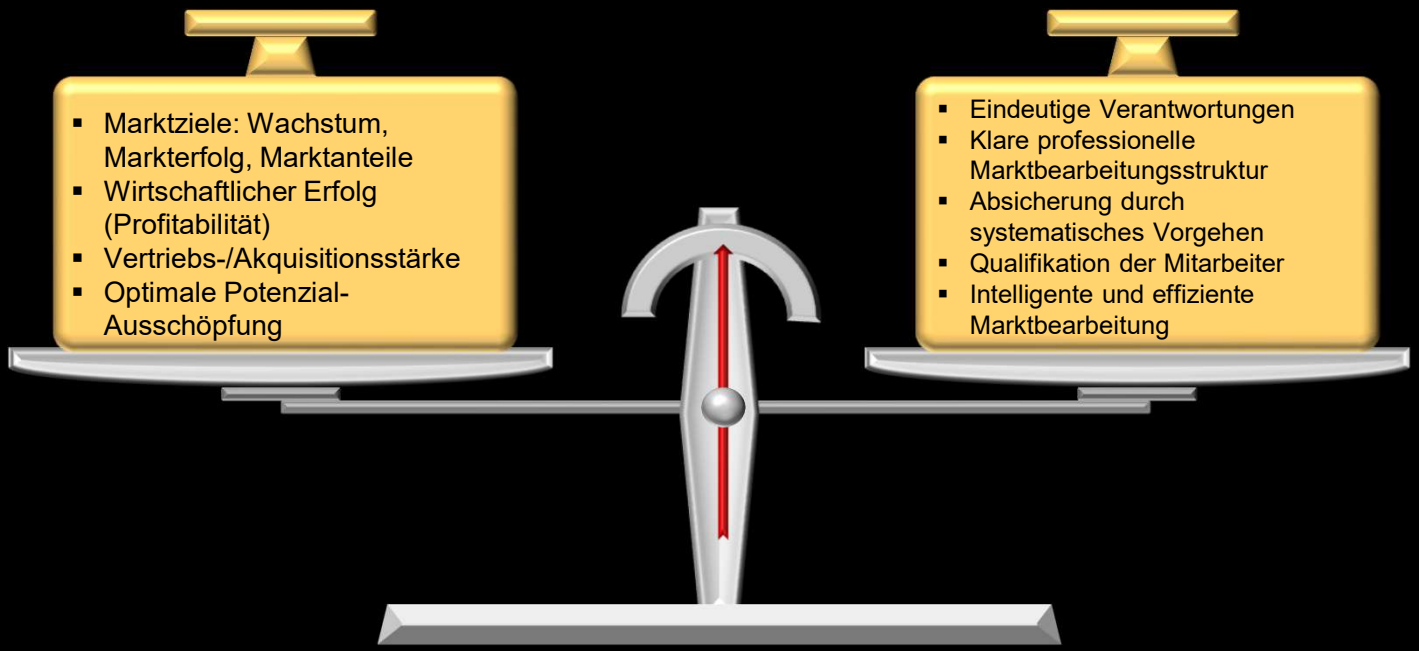
Der erreichbare Markt ist ein bereinigtes Markt-volumen. Bereinigenden Faktoren können sein:

- Existierendes Preissegment bildet nicht den gesamten Markt ab
- Existierendes Produktsegment entspricht nicht im vollen Umfang den lokalen Marktanforderungen oder deckt diese nur teilweise ab

LIEBICH & PARTNER

Kompetenzlandschaft zentrale und dezentrale Verantwortung in den Ländern (Auf der Basis der Attraktivitäts-Indizes der Länder)



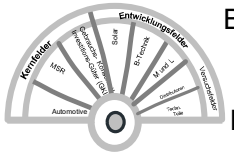


LIEBICH & PARTNER

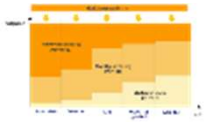
Dramaturgie der Vorgehensweise (exemplarisch)

Projekt-schritte

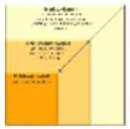
Ressourcen-Konzept, Rolloutplanung, Rollout, Review



Bestandsaufnahme und Zielformulierung, Markt- und Kundensegmentierung

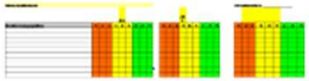


Marktbearbeitungs-konzept, Identifizierung und Qualifizierung von potenziellen Vertriebs-partnern

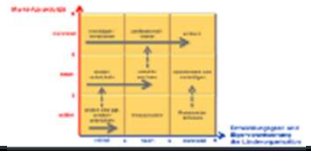


Konzeptentwicklung zur Potenzialerhebung, Erarbeiten der Attraktivitäten

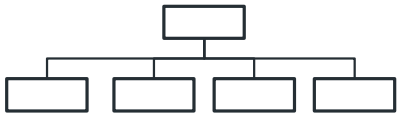
Erfolgsfaktoren und Entwicklung der Standards für die Marktbearbeitung



Das Entwicklungsgrad-Modell



Aufbauorganisation / Rollenmodell



Optimierung der Schlüssel-Prozesse (inkl. PM und Marketing)

LIEBICH & PARTNER

Souveränität =

Kompetenz X Leidenschaft

Die 4 Dimensionen der Wirksamkeit

DAS ZIELBILD
Zukunft
& Fokus

DER MARKT-COSMOS
Menschen
& Systeme

#marktmenschen

DIE SOUVERÄNE PERSÖNLICHKEIT
Kompetenz
& Leidenschaft

DAS MENTOREN-PRINZIP
Überzeugung &
Charismatisches
Loslassen

LIEBICH & PARTNER

Danke für‘s Zuhören & Mitdenken.

woelbl@liebich-partner.de

LIEBICH & PARTNER