



Hermann Scherer
Jenseits vom Mittelmaß

News-to-use-Letter
Ausgabe: 13
Februar 2008

Sehr geehrte Damen und Herren,

fast jedes Buch, wie beispielsweise der frühere Bestseller „Auf der Suche nach Spitzenleistungen“, das erfolgreiche Unternehmen und deren Erfolgsrezepte untersucht, muss wenige Jahre nach Erscheinen feststellen, dass viele der gelobten und gepriesenen Unternehmen schon kurze Zeit später diese beispiellose Beispielhaftigkeit verloren haben. So waren fünf Jahre nach Erscheinen des Buches zwei Drittel der ursprünglichen Musterfirmen als Branchenführer entthront. Wie kommt das und was kann man dagegen unternehmen? Genau darum geht es in diesem Newsletter.





Dieser News-to-use-Letter von Hermann Scherer ist für alle, die mit Leidenschaft ihre Ziele verfolgen und deshalb regelmäßig wertvolle Praxistipps und aktuelle Informationen rund um die aktuellen Themen "persönlicher Erfolg" und "Unternehmenserfolg" nutzen möchten.

Viel Spaß beim Lesen und möglicherweise sehen wir uns bei einem meiner Vorträge. Die Termine finden Sie [hier](#).

Ihr
Hermann Scherer

Inhalt

01	Schaffen Sie neue Märkte - statt alte zu verteidigen	mehr Information
02	Vier Faktoren um neue Märkte zu erschaffen	mehr Information
03	Erfolgsfaktoren am Beispiel Unternehmen Erfolg	mehr Information
04	Verkaufen im Verdrängungswettbewerb	mehr Information
05	erLESENe Weiterbildung	mehr Information
06	Hermann Scherer	mehr Information
07	Kalender von Hermann Scherer	mehr Information

	Drucken Sie !	Sie können diesen Newsletter auch grafisch aufbereitet ausdrucken und ganz in Ruhe lesen
	Kopieren Sie !	Nutzen Sie Artikel des Letters für eigene Publikationen Bedingung: ein Hinweis & Link auf www.hermannscherer.de
	Empfehlen Sie !	Empfehlen Sie diesen Newsletter , indem Sie ihn einfach weiterleiten. Vielen Dank!
	Stöbern Sie !	Stöbern Sie in unserem News-to-use-Letter-Archiv

01 Schaffen Sie neue Märkte - statt alte zu verteidigen

Der beste Weg die Konkurrenz zu schlagen ist es, genau dies nicht zu tun und Märkte zu erobern, wo es (noch) keine Konkurrenz gibt. Das es solche noch gibt ist wie das Ei des Kolumbus. Zuerst scheint es unmöglich, kaum geschehen ist es logisch und einleuchtend.
Chan Kim und Renée Mauborgne, beides Professoren des INSEAD haben in jahrelanger Forschung die Gene der Markteroberer zu entschlüsseln versucht.

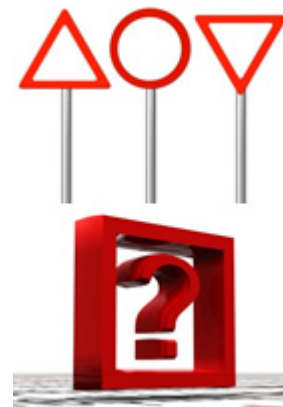


So wie vor Jahren der Verkauf von Lebensmitteln an Tankstellen eine Revolution war, so werden wir in den kommenden Jahren – wenn die Zukunft die Hochrechnung der Vergangenheit ist – noch größere Veränderungen erleben. Ständig ändert sich etwas, Gutes wird von Besserem abgelöst. Doch reicht die Verbesserung des Bestehenden nicht mehr aus, das wäre „best practice“. Zusätzlich ersetzen neue Technologien und Vorgehensweisen ehemals Bewährte - das ist „next practice“.

In ihrem Buch „Der blaue Ozean als Strategie“ beschreiben die Wissenschaftler als Beispiel zur Schaffung neuer Märkte den Cirque du Soleil, der als klassischer Zirkus sicher mit ähnlichem Besucherschwund rechnen müsste, wie es die gesamte Branche tut. Doch Cirque du Soleil hat den Zirkus nicht verbessert, sondern vieles vom klassischen Zirkus (langweilige Tiernummern) weggelassen und gleichzeitig Anleihen des Theaters genommen: eine übergreifende Story des Abends, intellektuellen Gehalt, Musik und Tanz und damit keinen besseren Zirkus sondern eine neue Form der Events geschaffen für neue Kunden: Erwachsene und Firmenkunden.

02 Vier Faktoren um neue Märkte zu erschaffen

- Steigerung
Welche Faktoren müssen bis weit über den Standard der Branche gesteigert werden?
- Vernachlässigen
Welche Faktoren, die die Branche als selbstverständlich betrachtet, müssen vernachlässigt werden?
- Reduzierung
Welche Faktoren müssen bis weit unter den Standard der Branche reduziert werden?
- Gestalten
Welche Faktoren, die bisher noch nie in der Branche geboten wurden, müssen gestaltet werden?



03 Erfolgsfaktoren am Beispiel Unternehmen Erfolg

Am Beispiel von Unternehmen Erfolg www.unternehmen-erfolg.de, dass mit den Vortrags- oder After-Work-Veranstaltungen deutschlandweit mittlerweile zum Marktführer geworden ist lassen sich diese Stellschrauben gut darstellen.



- Steigerung

Welche Faktoren wurden über den Standard der Branche gesteigert?

Der durchgängige Bekanntheitsgrad und die Prominenz der Redner, wie beispielsweise Ulrich Wickert, Prof. Samy Molcho, Thorsten Havener und die Bühnenperformance wurden gesteigert und gleichzeitig – scheinbar widersprüchlich – die Preise auf 49 € gesenkt. Dies mit einer in der Regel hohen „Performance“ der Redner auf der Bühne, also „großes Kino“ für den Teilnehmer.

- Vernachlässigen

Welche für die Branche selbstverständlichen Faktoren wurden vernachlässigt?

Teures Drumherum, wie kreative Pausen, Rahmenprogramme, Einlassprozedere und Namensschilder wurden einfach weggelassen. Quick and easy, wer mit der übertragbaren Eintrittskarte kommt ist bei den Erlebnisvorträgen dabei.

- Reduzierung

Welche Faktoren wurden bis weit unter den Standard der Branche reduziert?

Reduziert wurden dabei die klassischen Anforderungen an die Gruppengröße, die bei Unternehmen Erfolg 200 Teilnehmer und mehr berücksichtigt. Insbesondere, da dies keinen Einfluss auf die Qualität hat, denn ein Vortrag ist nun einmal der gleiche Vortrag, ob in einer kleinen oder größeren Gruppe erlebt.

- Gestalten

Welche Faktoren, die es in der Branche bisher nie gab werden geboten?

Dafür bietet Unternehmen Erfolg diese Veranstaltungen, ähnlich einem Theaterabonnement im günstigen 10er Abo, mit weiteren Sonderkonditionen über ein Jahr verteilt an. Die Erfindung des Wissensabos!

So werden die Karten für Mitarbeiter, Partner und Kunden zur Weiterbildung, als Incentive und als Geschenk verwendet und damit neue Zielgruppen in neuen Märkten erreicht.

An welchen Faktoren Ihrer Branche können Sie drehen, um neue Märkte ohne Wettbewerb zu erobern? Marktführer werden selten von besseren, sondern von anderen abgelöst. Denn nachdem die Rechenschieber besser wurden, kam ...

Weitere Anregungen dazu finden Sie im unten empfohlenen Buch der beiden Wissenschaftler oder im Seminar „Verkaufen im Verdrängungswettbewerb“ von Hermann Scherer. Und sollten Sie die After-Work-Vorträge von Unternehmen Erfolg erleben wollen, dann klicken Sie einfach hier. www.unternehmen-erfolg.de.

04 Verkaufen im Verdrängungswettbewerb

In 5 Städten der diesjährigen Deutschlandtour können Sie das Ein-Tages-Intensiv-Seminar „Verkaufen im Verdrängungswettbewerb“ für Ihren Umsatzrekord mit folgenden Inhalten erleben.

- Spielregeln für die Pole-Position in den Märkten von morgen
- Networking für Fortgeschrittene
- Verkauf vor dem Verkauf – Tipps für Ihren Umsatzrekord
- Die Positionierung für neue Märkte
- Neue Wege zu neuen Kunden
- Expertenstatus aufbauen – vom Bittsteller zum Profianbieter
- Professionelle Angebotserstellung
- (Preis-)Verhandlung und Verhandlungspsychologie

10.04.2008 in Bayreuth, Arvena Kongresshotel
06.05.2008 in Frankfurt-Oberursel, Mövenpick-Hotel
08.05.2008 in Süßen bei Stuttgart, Carl Stahl Academy
15.05.2008 in Iserlohn, Hotel Vierjahreszeiten
29.05.2008 in Nürnberg, Schindlerhof

Weitere Informationen und Anmeldung finden Sie im [hinterlegten PDF](#) und [hier](#).



05 erLESENene Weiterbildung

„Der Blaue Ozean als Strategie“ ein wirklich gutes Buch von W. Chan Kim und Renée Mauborgne: Wie man neue Märkte schafft, wo es keine Konkurrenz gibt.

Wenn Sie das Buch als Neukunde bei Managementbuch.de bestellen, dann werden Ihnen mit dem von [hermannscherer.de](#) finanzierten Gutschein-Code 2A4-Q3L6-G9E2-K5 bei einem Mindestbestellwert von 25 € auch noch 5 € abgezogen.

Beziehen können Sie das Buch [hier](#).



06 Hermann Scherer

Der Businessexperte war internationaler Trainerausbilder und Manager of Instruction der weltweit größten Trainingsorganisation. Der Autor zahlreicher Bücher ist Mitglied im Q-Pool 100, der offiziellen Qualitätsgemeinschaft internationaler Wirtschaftstrainer sowie Dozent an mehreren Hochschulen und des Managementseminars der Universität St. Gallen. Das Magazin Focus zählt ihn zu den "10 Erfolgsmachern" in Deutschland. Seine rhetorisch brillanten Vorträge und seine lebhaft, anschauliche Redekunst sorgen dafür, dass der Inhalt seiner Vorträge lange bei den Zuhörern nachwirkt. Er informiert, inspiriert, motiviert, gibt wertvolle Impulse und zeigt, wie sich die Pole-Position in den Märkten von morgen erreichen lässt.

[Profil](#)



Hermann Scherer zählt zu den „Top 100 Excellent Speaker“ und wurde unter anderem mehrfach mit dem „Excellence Award“ ausgezeichnet.

[▶ Weitere Auszeichnungen](#)

Die Themen Unternehmenserfolg und persönlicher Erfolg stehen im Zentrum der Vorträge. Vorträge jenseits vom Mittelmaß voller Esprit und Begeisterung.

[▶ Aktuelle Themen](#)

Die Süddeutsche Zeitung schreibt: "Er zählt zu den Besten seines Faches. Seine Seminare sind gefragt - bei Marktführern und solchen, die es werden wollen..."

[▶ Weitere Pressestimmen](#)

[▶ Weitere Referenzen](#)

„Es war ein grandioser Vortrag!“ meinte Christa Nohe, VCN Veranstaltungsorganisation

[▶ Weitere Stimmen](#)

Planen Sie mit Hermann Scherer das nächste Highlight Ihrer Veranstaltung.

07 Kalender von Hermann Scherer

Veranstaltungstermine von Hermann Scherer finden Sie unter

[▶ Veranstaltungstermine](#)

Die Termine 2003 bis 2007 als Referenz

finden Sie unter

[▶ Veranstaltung Referenzen](#)

Die öffentlichen Ein-Tages-Seminare von

Hermann Scherer finden Sie unter

[▶ Seminare](#)



Dieser News-to-use-letter wurde an Sie versandt, weil Sie sich bei Unternehmen Erfolg oder Hermann Scherer mit der E-Mail Adresse **email** eingetragen haben.

Wenn Sie den Newsletter künftig nicht mehr erhalten wollen, klicken Sie bitte [hier](#). (AOL-User: Bitte den Abmeldelink raus kopieren und in die URL- / Adresszeile einfügen.)

Wenn Sie Ihre persönlichen Angaben oder Ihre E-Mail-Adresse ändern möchten, klicken Sie bitte [hier](#).

Sollten Sie bei dieser E-Mail Darstellungsprobleme haben, klicken Sie bitte [hier](#).
Pictures: www.hermannscherer.de, www.unternehmen-erfolg.de

Sie wünschen weitere Informationen?

Dann schreiben Sie uns - wir werden uns umgehend bei Ihnen melden.

Adresse, Impressum und

Copyright 2008:

Hermann Scherer

Ismaninger Straße 47

D-85356 Freising

Tel: +49.(0)8161.9919.40

Fax: +49.(0)8161.9919.19

E-Mail: info@hermannscherer.de

www.hermannscherer.de

Disclaimer:

Es wird keinerlei Haftung für Übermittlungs- fehler, Richtigkeit oder Vollständigkeit der Angaben übernommen. Die Nennung von Produkten anderer Hersteller oder Anbieter dient ausschließlich zur Information und stellt keinen Warenzeichenmissbrauch dar. Hinsichtlich der Auswahl, Leistung oder Anwendung dieser Produkte oder Dienstleistungen wird keinerlei Gewähr übernommen.

Redaktion:

Hermann Scherer, Nadin Buschhaus

powered by **mailingwork**