



Die 8 Erfolgsfaktoren des strategischen Marketing

1. Vom Markt her führen –
nutzen Sie das schlummernde Kundenwissen
Ihres Vertriebs besser
2. Marketing statt Producting:
Ihre Produkt-Markt-Matrix identifiziert die wichtigsten Felder
des Kundennutzen
3. Strategische Vertriebssteuerung:
Führen sie Ihren Vertrieb konsequent mit strategischen Zielen
4. Ganzheitlicher Ansatz:
alle kundenrelevanten Bereiche arbeiten mit demselben
durchgängigen System
5. Marktfrisches Controlling:
Planen und verfolgen Sie Ihren Absatz mit ständig
aktuellen Informationen
6. Strategische Kundensegmentierung:
jeder Kunde bekommt, was seiner strategischen Position
entspricht
7. Von der Zukunft her führen:
erkennen Sie neue Marktentwicklungen frühzeitiger
als Ihre Wettbewerber
8. Strategische Wettbewerbsvorteile:
führen Sie konsequent durch stetigen Vorsprung



Meine Stärken

Werteorientierung:

mit Vertrauen, Integrität und Wertschätzung lebe ich Führung vor, die Gefolgschaft hervorbringt

Pragmatismus:

Möglichkeiten schaffen und, Synergien entwickeln und bei der Umsetzung zügig frühe Erfolge zu erzielen, die an bekannten Stärken anknüpfen – appreciative Inquiry

Situative Intelligenz:

Interessenlagen und Dynamiken erkennen, mit konkreten kleinen Projekten alltäglichen Fortschritt erzeugen, und vorleben, mit Netzwerken die Organisation voranzubringen – Earning while Learning

Vielseitigkeit:

seit über 30 Jahren klare Handschrift in unterschiedlichen

Branchen

und

Themen

Automobilzulieferer
Maschinenbauer,
Pharmaunternehmen,
Elektro- und Elektronik,
Medizintechnik,
Energie,
Commodities,
IT und neue Medien,
Dienstleistung,
non-Profit

Führung und Motivation,
Kommunikation und Zusammenarbeit,
Veränderungsprojekte,
Strukturen und Prozessen,
Einflussnahme / Interessenausgleich,
Talentförderungsprogramme,
Diversity / Chancengleichheit,
Teamarbeit, Selbstmanagement,
Konfliktbearbeitung,
Karriereentwicklung



- 2010 Mitglied bei Sietar Society for Intercultural Education, Training and Research, deutschsprachige Sektion
- seit 2003 Dozentin an der Berufsakademie Mannheim
- seit 2001 Mitglied bei NTL, Institute for Applied Behavioral Science in den USA, dem seit mehr als 50 Jahren führenden Institut u.a. für die Erforschung und Anwendung von gruppendynamischen Prozessen
- seit 1988 Selbständig mit den Schwerpunkten:
- Change Management Projekte z.B. in der Automobil- und Pharmaindustrie, Maschinenbau, Commodities
 - Führungsworkshops für alle Ebenen – anwendungsorientiert und individuell, emotionale Intelligenz
 - Strategiegestaltung und strategisches Marketing
 - Young Talents Workshopprogramme
 - Coaching
 - alles international und national
- 1991 - 1996 Geschäftsführende Gesellschafterin von SGS Sales Growth Systems - strategische Vertriebssteuerung und Marketing für B2B-Unternehmen
- 1986 - 1988 Senior Consultant bei Lessing Unternehmensberatung in Düsseldorf
- 1979 - 1986 Esso AG in Hamburg und Esso Europe in London
Personalentwicklung, Vertrieb und Marketing
- 1976 - 1979 Studium der Volkswirtschaftslehre an der Albert-Ludwig-Universität in Freiburg, Diplom
- 1973 – 1976 Studium der Wirtschaftswissenschaften, Soziologie und Publizistik an der Ruhruniversität in Bochum