



Die Zeichen stehen auf Mensch

Die Neuentdeckung des Individuums im Business ist die stille Revolution – warum wir uns alle neu erfinden müssen

Es wird sich etwas grundlegend ändern müssen in der Einstellung vieler Unternehmen. Die Zukunft hat bereits die Weichen gestellt. Die Zeichen stehen auf Mensch. Wer im Markt weiter bestehen will, muss den Menschen – also jeden einzelnen Mitarbeiter – ins Zentrum jeglichen Handelns setzen. Während sich früher Mitarbeiter bei Unternehmen beworben haben, hat sich das in Zeiten fehlender Fachkräfte umgekehrt. Heute müssen sich Unternehmen bei Mitarbeitern bewerben. Und das stellt sie vor große Herausforderungen.

Ein neuer Mitarbeiter hat heute einen völlig anderen Anspruch an seinen Arbeitsplatz und damit seinen Arbeitgeber, als es noch vor wenigen Jahren der Fall war. Heute möchte sich der Mitarbeiter engagieren können, eigenständig handeln und eigenverantwortlich Aufgaben übernehmen. Für ihn geht es heute um „Quality Time“ während seines Arbeitslebens und das will er nicht an stupide Firmen verschwenden. Die Qualität seiner Arbeit steht absolut im Fokus und diese möchte er an der richtigen Stelle einsetzen. Hier existiert jetzt ein neues Lebensmodell das Spaß auch in die Firma hineinträgt. Wer das als Unternehmen nicht bietet, wird die Konsequenzen tragen müssen.

Ein nächster wesentlicher Trend verschärft die Entwicklung in den Unternehmen jetzt noch mehr. Die digitale Welt hört nicht mehr vor den Türen der Unternehmen auf. Es ist normal geworden, das zu tun, wann man es will, wie man es will und wo man es will. Diese Selbstverständlichkeit trifft in vielen Unternehmen noch auf Widerstand - aber niemand kann sich länger vor der Realität verschließen. Eine Studie bestätigt deutlich, dass heute die Attraktivität

eines Unternehmens von einem neuen Mitarbeiter wesentlich auch über den Digitalisierungsgrad der Firma definiert wird. Man will schlicht immer weniger in einem Unternehmen arbeiten, das die digitalen Chancen für eine bessere und höhere Individualisierungsqualität nicht nutzt.

Der Triumph des Mitarbeiters ist heute Realität geworden. Die Clienting® Inside Strategie setzt dort an, wo es um die Neuentdeckung des Mitarbeiters geht. Hier wird der einzelne Mitarbeiter in den Mittelpunkt des Managementprozesses gesetzt. Es ist die Neuentdeckung des Mitarbeiters als ersten Kunden in der digitalen Welt. Die Führungskraft wird zum Partner und Coach des Mitarbeiters und ermöglicht ein Umfeld, in dem der Arbeitnehmer mit seinen Wünschen, Kompetenzen und Erwartungen Beachtung findet. Nur so können Unternehmensziele gemeinsam erreicht werden. Denken Sie jetzt einmal über Ihre eigene Zukunft nach! Sind Sie bereit für eine Businesswelt, die mit den Augen des Mitarbeiters völlig neu denken muss?



Herzenssache Mitarbeiter

Die neue Ära der Mitarbeiterbeziehung im digitalen Zeitalter

Unternehmen haben heute in vielen Fällen nicht realisiert, dass sie mit den Augen der Mitarbeiter völlig neu denken lernen müssen. Der Anspruch eines neuen Mitarbeiters ist heute ein ganz anderer als noch vor wenigen Jahren. Eine neue Generation von jungen qualifizierten Nachwuchskräften erwartet von einer Firma heute mehr als nur Karrierechancen und Gehalt. Sie erwarten, sich engagieren zu können, selbstständig zu handeln und eigenverantwortlich Aufgaben zu übernehmen. Für sie geht es heute um „Quality Time“ während ihres Arbeitslebens und das wollen sie nicht an stupide Firmen verschwenden.

Ein nächster wesentlicher Trend verschärft die Entwicklung in den Unternehmen jetzt noch mehr: Die digitale Welt. Sie hört nicht mehr an den Türen der Unternehmen auf, sondern ist wesentlicher Bestandteil unseres Lebens geworden. Es ist normal geworden, das zu tun, wann man es will, wie man es will und wo man es will. Das sorgt für neuen Zündstoff in den Unternehmen. Aber die Realität ist längst da.

Willkommen in einer Geschäftswelt in der der einzelne Mensch im Mittelpunkt zukünftiger Erfolge steht: Die Neuentdeckung des Mitarbeiters als ersten Kunden in der digitalen Welt. Das ist Chance und Herausforderung gleichzeitig.

Hier setzt unsere Clienting® Inside Strategie an. Das Konzept stellt den einzelnen Mitarbeiter in den Mittelpunkt des Managementprozesses und hat den Anspruch, dem Mitarbeiter ein Umfeld zu schaffen, in dem er seine eigenen Fähigkeiten und Ansprüche umsetzen kann. Dabei betrachtet sich die Führungskraft als Partner und Coach des Mitarbeiters, um gemeinsame Ziele zu erreichen.

Kernthesen:

- » Das Clienting® Leadership Prinzip
- » Der erste Kunde ist der Mitarbeiter
- » Recruiting heißt verblüffen
- » Wenn aus Mitarbeitern Partner werden
- » Individualität trifft Wertschätzung
- » Teams bilden und stärken
- » Individuelle Fähigkeiten, die begeistern
- » Das „Geben Prinzip“ der Mitarbeiterführung
- » Die sieben Schlüssel zum einzigartigen Mitarbeitererfolg mit Clienting® Leadership



Das Buch zum Thema:
Herzenssache Mitarbeiter
Die neue Ära der Mitarbeiterbeziehung im digitalen Zeitalter



Herzenssache Kunde

Werden Sie Erster im Kopf Ihres Kunden

Kein Unternehmen möchte austauschbar sein – ganz im Gegenteil: Jeder hat zum Ziel, mehr Kunden zu gewinnen und damit mehr Umsatz zu generieren. Doch den meisten Unternehmen drohen erhebliche Rückgänge sowohl in der Anzahl ihrer Kunden wie auch beim Umsatz. Verantwortlich für diese Situation sieht Geffroy das Festhalten an alten Denkkulturen, die sich nur auf das konzentrieren, was innerhalb eines Unternehmens stattfindet. „Doch da draußen ist der Kunde mit seinen Wünschen, seinen Träumen und seiner Kritik“, so der Verfechter für neues Denken: „Wer in Zukunft erfolgreich sein möchte, muss alle seine Kräfte an der Schnittstelle zum Kunden bündeln und konsequent von außen nach innen denken.“

Marktforschungen und deren Auswertungen genügen nicht um zu erfahren, was der Kunde will. Wer dem Kunden nicht einfach nur Produkte verkauft, sondern ihm zuhört, ist auf dem besten Weg ihm ein besseres Leben zu ermöglichen, z.B. mit der Suche nach neuen Themen, die dem Kunden helfen und ihn überraschen. Und nichts anderes wünscht er sich.

Der Kunde muss in den Mittelpunkt der Geschäftsstrategie gestellt werden. Kundenbegeisterung wird zum individuellen Auftrag für jeden. Nur wenn Führungskräfte und Mitarbeiter diese Einstellung wirklich leben, wird man in Zukunft die Chance haben, Erster im Kopf des Kunden zu werden und zu bleiben.

Der Erfinder des Clienting® präsentiert sein Konzept mit dem heutigen Kunden gewonnen und gehalten werden.

Kernthesen:

- » Kunden kaufen heute anders
- » Werden Sie „Erster mit Herz“ im Kopf Ihres Kunden
- » „Herzenssache Kunde“
- » muss zuerst durch Mitarbeiter gelebt werden
- » Kunden wollen heute eine neue Beziehungsqualität
- » Das Clienting® Konzept als neuer Kundenweg
- » Ehrliche Gefühle und Emotionen statt Produkte und Rabatte
- » Helfen statt Dienen als Kerngeschäft
- » Kunden begeistern statt zufriedenstellen



Das Buch zum Thema:
Herzenssache Kunde
Die sieben Schlüssel zu einzigartigem Kundenerfolg mit Clienting



Das Buch zum Thema:
Herzenssache Kunde in der Automobilbranche
Neue Wettbewerbschancen und mehr Kundenerfolg mit Automotive Clienting



Das Einzige was stört, ist der digitale Kunde

Kunden kaufen heute anders

Wir befinden uns mitten in einer digitalen Realität: Das Internet verändert grundlegend die Art, wie wir kaufen, leben und arbeiten. Alte Geschäftsmodelle verschwinden und neue entstehen. Täglich gewinnen die gut informierten Kunden selbst mehr Macht und Einfluss in der Wirtschaft.

Zusätzlich entscheiden neue Türsteher wie Google, Apple, Facebook, Amazon & Co. wer überhaupt noch einen Marktzugang erhält. Kaufentscheidungen fallen heute zunehmend digital oder werden zumindest digital vor- oder/und nachbereitet.

Trotzdem glauben viele Unternehmen immer noch, sie könnten mit ihrem Business so weitermachen wie bisher. Wer heute auf das Internet verzichtet, hat einen entscheidenden Aspekt in seiner Geschäftsidee übersehen: Der Kunde von heute vergleicht ganz genau zwischen Ihrem und dem nur einen Klick weiter entfernten Angebot des Wettbewerbs.

Wir brauchen Pioniere und Herausforderer, die den digitalen Wandel als Chance begreifen und sich aktiv in den Unternehmen damit auseinandersetzen. Dadurch steigern Sie nicht nur Ihre Bekanntheit und Ihr Image und tragen damit zur nachhaltigen Weiterentwicklung Ihres Unternehmens bei.

Nur wer jetzt offen ist für neue Wege, dem gelingt der digitale Wandel. Es gibt bereits viele Beispiele aus diversen Branchen, die diesen erfolgreichen Weg beschreiten.

Ändern Sie Ihren Blickwinkel. Sehen Sie den Markt mit den Augen des Kunden und nicht mit Ihren eigenen Augen. Edgar K. Geffroy zeigt Trends auf, wie der Kunde der Zukunft neue Anforderungen an Unternehmen und Mitarbeiter stellt und wie neue Geschäftsmodelle aus einer anderen Sichtweise entwickelt werden können.

Kernthesen:

- » Den digitalen Wandel als Chance begreifen
- » Die digitale Kundenformel
- » Werden Sie „Erster“ im Kopf des Kunden
- » Kunden wollen heute eine neue Beziehungsqualität
- » Das Clienting® Konzept als neuer Kundenweg
- » Aus dem „Internet“ wird „Evernet“
- » Anderes Denken führt zu innovativen Ergebnissen
- » Geschäftsideen, die 90 % der Unternehmen bisher nicht sehen



Das Buch zum Thema:

Das Einzige, was stört, ist der digitale Kunde:

Kunden kaufen heute anders



Erfolg braucht ein Gesicht

Warum ohne Personal Branding nichts mehr geht

Erfolg, Bekanntheit und Gefragt sein lassen sich nur dann erreichen, wenn man konsequent zur Marke wird. Das Schlüsselwort heißt Personal Branding, denn: Wer es schafft, sich selbst authentisch zur Marke zu machen, bleibt auch im Gedächtnis der Mitmenschen, Kunden und Geschäftspartner. Interessanterweise ist es vielen noch nicht bewusst. Und andere glauben nicht an ihre eigene Wirkung.

Dabei leben wir gerade jetzt zum ersten Mal in einer Ära, die einzelnen Menschen eine Chance gibt, so erfolgreich zu sein, wie es im industriellen Zeitalter gar nicht möglich war. Im Zeitalter von Boden, Arbeit und Kapital galten andere Spielregeln. Das hat sich radikal geändert. Heute verdienen einzelne Menschen mehr Geld als 90 % der deutschen Unternehmen.

Die Zeit ist reif, sich neu zu erfinden und die gigantischen Chancen des digitalen Zeitalters für sich zu nutzen. Es gab noch nie einen besseren Zeitpunkt als jetzt, damit zu beginnen. Fast alle sind auf der Suche nach etwas Neuem. Seien Sie Erster für Neues. Etwas, an das bisher noch niemand gedacht hat. Aber auch etwas, für das Sie stehen und für das Sie gebraucht werden. Es ist nur ein kleiner Schritt, den Sie gehen können, aber ein großer für den eigenen Erfolg.

Die Zielgruppe ist klar definiert: Alle, die erfolgreicher werden wollen. Bleibt die entscheidende Frage: Kann jeder mit dieser Idee erfolgreich werden? Nach meiner Überzeugung ist es ein eindeutiges Ja. Erfolg ist kein Zufall. Erfolg ist ein System. Sie müssen nur die Regeln brechen. Allerdings als ERSTER.

Kernthesen:

- » Erfolge entstehen im Kopf, Misserfolge genauso
- » Blockaden und Glaubenssätze und Mut für neue Wege
- » Die Personality-Strategie des Erfolgs
- » Erster für Neues. Die Entwicklung der eigenen Top Story
- » Clienting® als Persönlichkeitsstrategie
- » Das Personal Branding in der Umsetzung
- » Direkt, Digital, Vernetzt. Der Aufbau einer Ich Marke
- » Die Kybernetik einer erfolgreichen Personal Branding Strategie mit Silicon Valley Spirit



Das Buch zum Thema:
ERFOLG BRAUCHT EIN GESICHT

Warum ohne Personal Branding nichts mehr geht



„Mein Geschäft ist es, zu helfen,
damit meine Kunden selbst
bessere Geschäfte machen.“

Über Edgar Geffroy

Mit 30 Jahren Erfahrung als Unternehmer, Wirtschaftsredner und Bestsellerautor ist Edgar K. Geffroy für viele heute zum Maßstab für Kontinuität auf der einen Seite sowie Innovationskraft und Pioniergeist auf der anderen Seite geworden.

Geffroy hat ein ausgeprägtes Talent Menschen zu begeistern und für neue Wege zu motivieren. Seine Ideen und Impulse haben bis heute fast eine Million Menschen weltweit erreicht und zeugen von der Akzeptanz und Überzeugungskraft seiner Konzepte. Mit Leidenschaft motiviert und inspiriert Geffroy zu unternehmerischem Neudenken in der digitalen Welt und bricht dabei gewohnte Denkmuster auf.

Langjährige unternehmerische Erfahrungen in verschiedene Branchen machen ihn zu einem gefragten Strategieberater. In der Businesswelt sorgte er mit seinen Themen nicht nur einmal für Furore. Der „Service-Pionier“ hat der gesamten Kundenorientierung bereits Anfang der Neunzigerjahre mit seiner Clienting® Strategie eine ganz eigene Note gegeben. Viele Unternehmen nutzen heute weltweit seine Konzepte.

Seither setzt Geffroy immer wieder neue Maßstäbe im Bereich Kundenorientierung und Veränderung durch den digitalen Wandel. Längst gilt er als Businessvordenker mit einem besonderen

Gespür dafür, die Trends am Markt frühzeitig zu erkennen und zu nutzen. Unternehmer schätzen diese Begabung sehr und ziehen ihn immer dann zu Rate, wenn Neues gesucht, etabliert und nachhaltig in den Markt gebracht werden soll.

2007 wurde er in die German Speakers Hall of Fame® aufgenommen und trägt damit die höchste Auszeichnung der German Speakers Association. 2012 erhielt Geffroy den Business Vordenker Preis des Jahrzehnts der BEST of BEST Academy, Wien. Für sein Lebenswerk erhielt er 2015 den „Grand prix d'excellence des conférenciers européens“ vom Speakerportal „Vortragsredner.de“.

Als Erfolgsautor revolutionierte Edgar K. Geffroy mit seinen Bestsellern die Welt von Unternehmern, Marketingverantwortlichen und Verkäufern. „Das Einzige, was stört, ist der Kunde“ behauptete sich 100 Wochen in den Top-Ten-Listen. Bis heute hat er 27 Bücher geschrieben und davon mehr als eine Viertelmillion in 25 Ländern verkauft.



Video: Edgar K. Geffroy –
Der Mensch im Mittelpunkt

Geffroy GmbH
 📍 Großenbaumer Weg 5
 40472 Düsseldorf
 📞 +49 211 408097-0 | 📠 -26
 ✉ team@geffroy.com
 🏠 www.geffroy.com
 🏠 www.clienting-consulting.com
 📱 f t y x in g

- ” Mit kreativen Ideen hat Edgar K. Geffroy in einem unterhaltsamen und kurzweiligen Vortrag unseren Filialleitern neue Impulse verliehen: auch in Zeiten des digitalen Wandels kann man das Herz des Kunden erreichen.
Apollo-Optik Holding GmbH & Co. KG – Direktor Vertrieb Michael Heller
- ” Auf unserem Weg zum begeisterten Kunden war uns Herr Geffroy der ideale Motivator zum entscheidenden Zeitpunkt.
Stadtwerke Klagenfurt AG – Vorstandsvorsitzender Romed Karré