

Unser heutiges HBC-Thema: **Der Erfolgsfaktor Strategie für die Entwicklung einer schlagkräftigen Vertriebs- und Leistungskultur**

ÜBERSICHT:

[01: Editorial](#)

[02: Obama: Change Management und die richtigen Strategien](#)

[03: Downloads und Links](#)



Editorial

Sie erinnern sich: Im März stellten wir Ihnen [in unserem Newsletter](#) unser Instrument, den HBC Navigator®, ausführlicher vor, mit dem Sie Ihre Vertriebs- und Leistungskultur messen und gezielt weiterentwickeln können- zum Nutzen Ihres Vertriebs Erfolgs.

Und im Mai beleuchteten wir den Erfolgsfaktor "Mitarbeiter`" etwas näher.

Ein weiterer Erfolgsfaktor für die Vertriebs- und Leistungskultur ist **die richtige Vertriebsstrategie**. Hierzu möchten wir am amerikanischen Wahlkampf anknüpfen:

- Mit einem kurzen Blick auf das aktuelle Tagengeschehen zeigen wir auf, wie man Changeprozesse auch in Gang setzen kann.
- Und wir geben Ihnen in einem kurzen Bericht einen Überblick über die Kernpunkte aus einer interessanten IBM-Studie aus 2007 mit dem Titel "Making Change Work"



Obama: Change Management und die richtigen Strategien

Haben Sie in der letzten Zeit auch den amerikanischen Wahlkampf verfolgt? Und ist Ihnen dabei auch aufgefallen, dass nicht nur bei Barack Obama das Wort „**Change**“ groß in Mode ist?

Was ist mit Change gemeint? Es ist uns heute zwar so geläufig von Change Management zu sprechen, doch genau wie in vielen anderen Trends und Slogans gibt es dabei viel Spreu und viel Weizen. Aber worum geht es Obama?

- Ist Change gemeint im Sinne eines Appells: ändere etwas, ändere Dich selbst, ändere Deine Einstellung, Deinen Blick?
- Oder meint er Change in dem Sinne- das Ziel ist es, einen Wandel herbeizuführen, erreicht zu haben?

Jedenfalls bei Obama gibt es keinen Zweifel, wie auch

immer er Change meint - es ist machbar, beherrschbar.
YES WE CAN lautete der Slogan erst in den letzten Tagen, kurz bevor er das erste Ziel, die demokratische Vorwahl erreicht hatte.

Wenn **Change**- die Veränderung, der Wandel funktionieren soll, muss man sich Gedanken machen wie er funktionieren kann.

„Making Change Work“ heißt, für die zielgerichtete Weiterentwicklung Ihrer Vertriebs- und Leistungskultur die Strategie, das Konzept und die Umsetzung zu finden, um den Wandel z.B. zur erfolgreichen Vertriebsparkase zu erreichen. "Making Change Work" ist auch der Titel einer IBM- Studie aus 2007, die sich mit den Faktoren befasst, die für Erfolg oder Misserfolg bei der Einführung von Innovationen in Veränderungsprozessen verantwortlich sind.

[Lesen Sie den ganzen Artikel in unserem Blog.....>](#)



Downloads und Links

Hier können Sie den [Newsletter 9 \(Vertriebskultur messen mit dem HBC Navigator\)](#) downloaden

[Download des Newsletters 10 \(Wert von Kulturentwicklungsprozessen\)](#)

[Download des Newsletters 11 \(Der Erfolgsfaktor "Mitarbeiter" für die Entwicklung einer schlagkräftigen Vertriebs- und Leistungskultur\)](#)

Besuchen Sie den [HBC Blog](#).

Hier können Sie zu allen aktuellen Beiträgen gerne Kommentare, Meinungen, Ergänzungen abgeben. Wir freuen uns auf Resonanz von Ihrer Seite!

Und hier können Sie auch [die älteren Newsletter](#) von HBC downloaden.



HBC Hamburger BeraterContor GmbH, 21509 Glinde
Hinter den Tannen 10; Geschäftsführer: Bengt Behrend, Annette Fredrich, Ralf Liedtke, Annette Vorwerk-Behrend, Karin Will; Amtsgericht Reinbek HRB 3718; USt.Identnr. DE 814281578

office@hbcontor.de

www.hbcontor.de; www.blog.hbcontor.de

[Sollten Sie unseren Newsletter nicht mehr beziehen wollen, klicken Sie bitte hier:](#)