

weniger Aufwand

mehr

erreichen



# Pareto für Umsetzungen



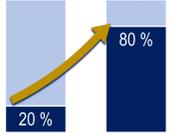
## Pareto-Struktur von:

### Projekten, Konzepten, Ideen

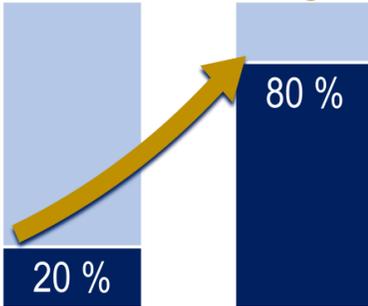
<b>I.</b> <b>Start-Lösung</b>	<b>II.</b> <b>verbesserte Lösung</b>	<b>III.</b> <b>beste Lösung</b>
In dieser Stufe kommen alle Inhalte rein, die zwingend für den Start notwendig sind.	In dieser Stufe kommt alles rein, was die Start-Lösung verbessert, aber nicht zwingend für den Start gebraucht wird.	In dieser Stufe kommt alles rein, was über die verbesserte Lösung hinausgeht. Also die bestmögliche Lösung.
20 % Aufwand für 80 % Ergebnis	80 % Aufwand für 20 % Ergebnis	

# Pareto für Umsetzungen

PARETO - Strategien



PARETO - Strategien



Projekt / Umsetzung

START-Lösung	FORTGESCHRITTENE Lösung	BESTE Lösung

## Eisenhower Matrix

Wichtig →	<b>2. Hauptfokus</b> Wichtig und nicht dringend	<b>1. Sofort machen</b> Wichtig und dringend
	<b>3. Ignorieren</b> Nicht wichtig und nicht dringend	<b>4. Delegieren</b> Nicht wichtig, aber dringend
		Dringend →

# Beispiel – Die 7 Schritte

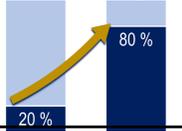


## Die 7 Schritte des erfolgreichen (internen) Verkaufens

1.	<b>Titel</b> , worum geht es? Projekt, Idee, Thema	<b>Neue Internetseite</b> (fiktives Projekt)
2.	<b>Ausgangslage</b> , eine kurze Einführung, die den Kontext und das Problem beschreibt, das gelöst werden soll.	Der Internetauftritt ist nicht mehr aktuell und es kommen auch keine oder nur sehr wenige Anfragen. Zudem stellen wir sehr viele Themen dar. Es fehlt für den Besucher die Orientierung.
3.	Die <b>Idee</b> , wie das Problem zu lösen ist.	Wir erstellen eine neue Seite und wählen den Pareto – Ansatz, um uns besser zu fokussieren. Ziel ist es, regelmäßige Anfragen zu generieren.
4.	Die konkreten <b>Maßnahmen</b> , die für die Problemlösung erforderlich sind.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wir schärfen unsere Strategie:</li> <li>2. Damit briefen wir einen externen Dienstleister</li> <li>3. Wir stimmen ein Budget ab und gehen in die Umsetzung</li> <li>4. Wir möchten nach Möglichkeit ein Video auf unserer Seite, dass den Vertrauensaufbau unterstützen soll</li> <li>5. Wir stellen die neue Seite allen Kollegen vor</li> </ol>
5.	<b>Herausforderungen</b> und Risiken und wie diese angegangen werden.	Wir wollen organisch unsere Besucher steigern und entwickeln dafür ein Content – Konzept.
6.	Kurze Zusammenfassung mit Fokus auf den wesentlichen <b>Nutzen / Vorteile</b> .	<p>Mit dieser Vorgehensweise erhalten wir einen frischen Auftritt, der für Kunden und auch für Mitarbeiter deutlich attraktiver wird.</p> <p>Wir gewinnen endlich messbar neue Kunden über unseren neuen Internetauftritt.</p>
7.	Konkreter nächster Schritt oder (Entscheidungs-) <b>Empfehlung</b>	<p>Budgetfreigabe X €</p> <p>Entscheidung bis zum „Datum“, damit eine Umsetzung im nächsten Quartal erfolgen kann</p>

# Die 7 Schritte des erfolgreichen (internen) Verkaufens

PARETO - Strategien



1.	<b>Titel</b> , worum geht es? Projekt, Idee, Thema	
2.	<b>Ausgangslage</b> , eine kurze Einführung, die den Kontext und das Problem beschreibt, das gelöst werden soll.	
3.	Die <b>Idee</b> , wie das Problem zu lösen ist.	
4.	Die konkreten <b>Maßnahmen</b> , die für die Problemlösung erforderlich sind.	
5.	<b>Herausforderungen</b> und Risiken und wie diese angegangen werden.	
6.	Kurze Zusammenfassung mit Fokus auf den wesentlichen <b>Nutzen / Vorteile</b> .	
7.	Konkreter nächster Schritt oder (Entscheidungs-) <b>Empfehlung</b>	

# Produkt-, Angebots-, oder Wert-Treppe



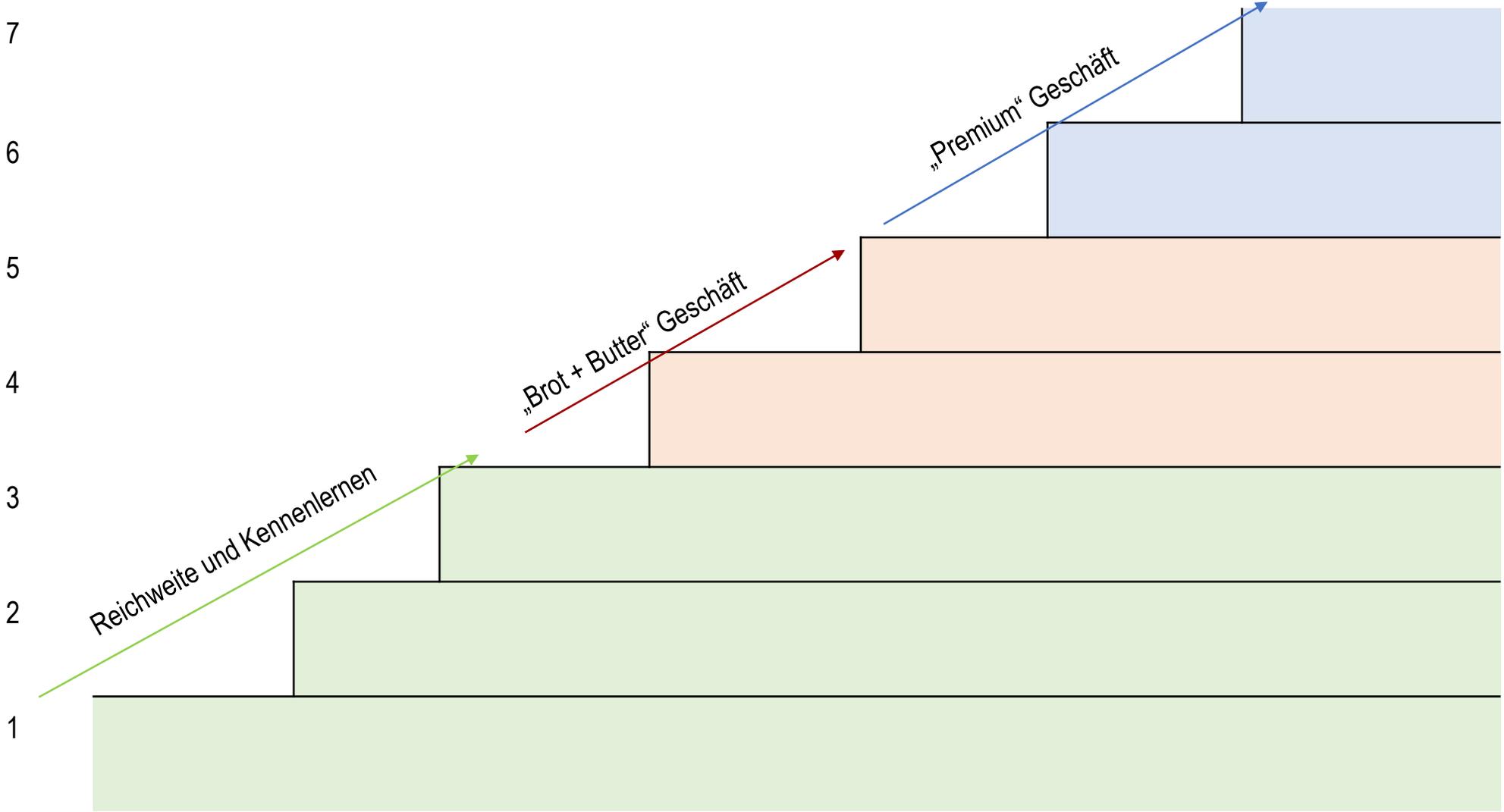
<b>Premiumangebot</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falls vorhanden</li> </ul>
<b>Hauptangebot 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bei Bedarf kann ein weiteres Hauptangebot dargestellt werden</li> </ul>
<b>Hauptangebot 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produkte, Dienstleistungen</li> <li>Bei vielen Angeboten / Artikeln können Gruppierungen gebildet werden</li> </ul>
<b>Kennenlern-Angebot</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>In der Regel bei Hochpreisangeboten hilfreich, weil damit weiteres Vertrauen aufgebaut wird</li> </ul>
<b>Persönliches Gespräch</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nur, wenn das ein Vertriebsziel ist</li> </ul>
<b>Leadmagnet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Leadmagneten helfen Interesse zu wecken, oft gibt die Zielgruppe dafür ihre E-Mail-Adresse</li> <li>Typische Beispiele: Checklisten, Fallstudien, Warenproben ...</li> </ul>
<b>Traffic-Quelle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>z. B. Internetseite, Social Media, Werbeanzeigen</li> </ul>

- Darstellung der Wertschöpfung von der Anbahnung bis zu den Angeboten
- So kurz wie möglich – die Anzahl der Stufen sind variabel

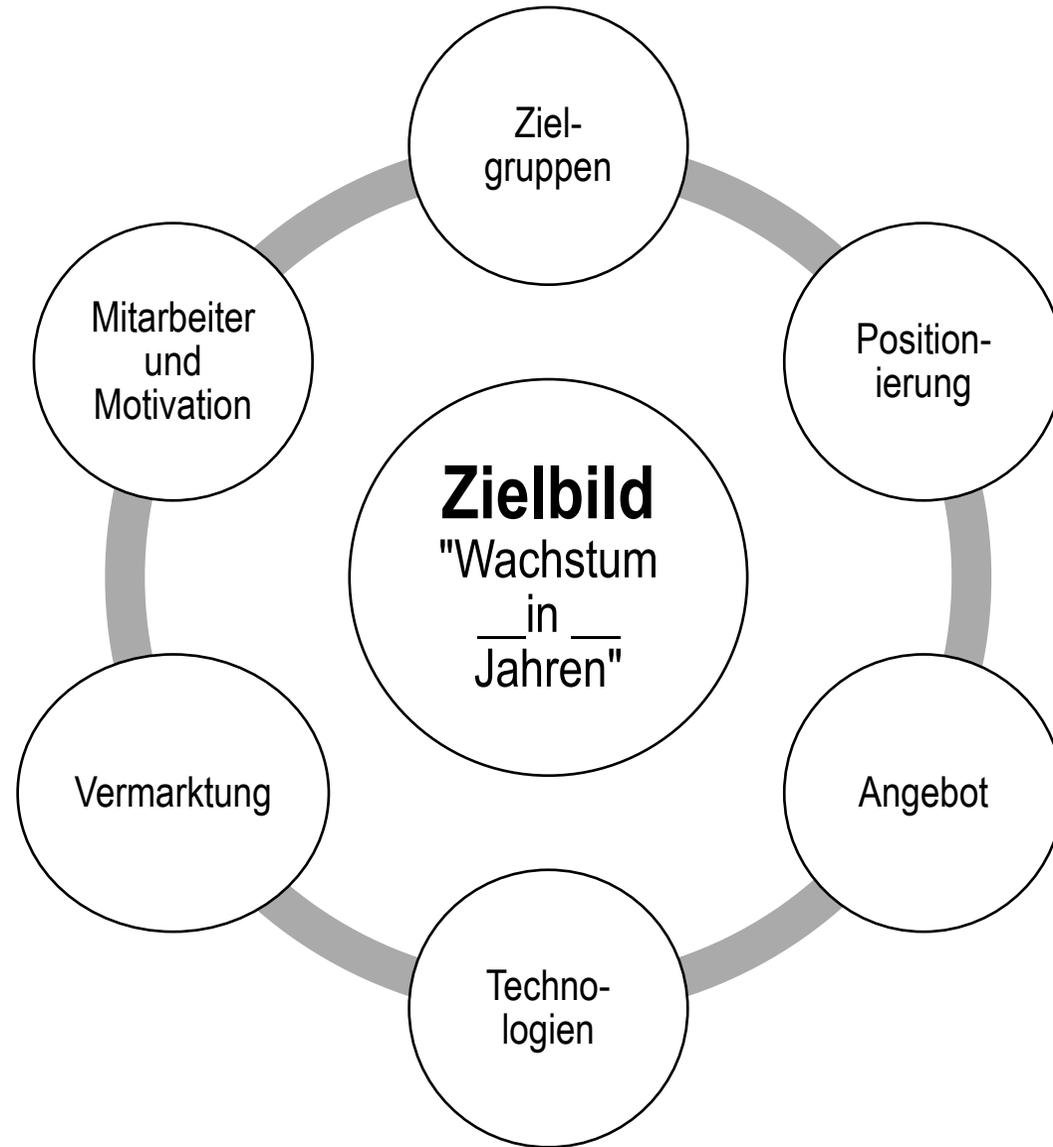
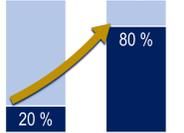
# Produkt-, Angebots-, oder Wert-Treppe




# Produkt-, Angebots-, oder Wert-Treppe



# Zielbild



# Was kann verbessert werden?

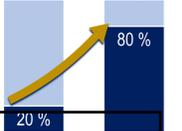


Ideen, um Kosten und Zeit zu sparen, Umsätze zu gewinnen, Qualität zu verbessern.

Idee	Auswirkungen

Name: \_\_\_\_\_ Datum: \_\_\_\_\_ Unterschrift: \_\_\_\_\_

# Checkliste Strategie-Workshop



<p><b>1. Ziele und Themen</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ziel 1 ist eine Klarheit für das Thema erzielen, was bearbeitet werden soll</b></li> <li>• <b>Ziel 2 ist ein Umsetzungsplan</b></li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Beispiele für Themen:</b></p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Klarheit über zukünftige Strategie und Positionierung gewinnen</li> <li>– Klarheit über Erfolg versprechende Zielgruppen, Potenziale und Bearbeitungsprioritäten</li> <li>– Klarheit über die Eckpunkte einer Wachstumsstrategie</li> <li>– Klarheit, wie das Geschäftsmodell optimiert werden kann</li> </ul> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Klarheit wie die eigenen Angebote optimiert werden können</li> <li>– Klarheit wie die Kundengewinnungsstrategie aussehen sollte</li> <li>– Klarheit wie eine Kundenbindungsstrategie entwickelt werden kann</li> </ul> </td> </tr> </table>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Klarheit über zukünftige Strategie und Positionierung gewinnen</li> <li>– Klarheit über Erfolg versprechende Zielgruppen, Potenziale und Bearbeitungsprioritäten</li> <li>– Klarheit über die Eckpunkte einer Wachstumsstrategie</li> <li>– Klarheit, wie das Geschäftsmodell optimiert werden kann</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Klarheit wie die eigenen Angebote optimiert werden können</li> <li>– Klarheit wie die Kundengewinnungsstrategie aussehen sollte</li> <li>– Klarheit wie eine Kundenbindungsstrategie entwickelt werden kann</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Klarheit über zukünftige Strategie und Positionierung gewinnen</li> <li>– Klarheit über Erfolg versprechende Zielgruppen, Potenziale und Bearbeitungsprioritäten</li> <li>– Klarheit über die Eckpunkte einer Wachstumsstrategie</li> <li>– Klarheit, wie das Geschäftsmodell optimiert werden kann</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Klarheit wie die eigenen Angebote optimiert werden können</li> <li>– Klarheit wie die Kundengewinnungsstrategie aussehen sollte</li> <li>– Klarheit wie eine Kundenbindungsstrategie entwickelt werden kann</li> </ul>		
<p><b>2. Teilnehmer, Termin und Aufgabe</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teilnehmer: intern / extern (Berater / Coach)</li> <li>• Ort, Dauer und Vorbereitung</li> </ul>		
<p><b>3. Durchführung</b></p>	<p><b>Themen priorisieren:</b>          Wo stehen wir (1–10)? Wie wichtig ist das für uns (1–10)?          Wunschlösung? Hindernisse? Lösungsschritte?</p> <p style="text-align: center;"><b>Beispiele für Themen:</b></p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielgruppen</li> <li>• Probleme der Zielgruppen</li> <li>• Produkt und Angebots-Nutzen</li> <li>• Attraktivität der Angebote</li> <li>• Kennenlernangebote</li> <li>• Hauptangebote</li> </ul> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Premiumangebote</li> <li>• Kundenversprechen / Ihre Positionierung</li> <li>• Kundengewinnung</li> <li>• Kundenbindung</li> <li>• Internetauftritt</li> <li>• Marketing / Social Media</li> </ul> </td> </tr> </table>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielgruppen</li> <li>• Probleme der Zielgruppen</li> <li>• Produkt und Angebots-Nutzen</li> <li>• Attraktivität der Angebote</li> <li>• Kennenlernangebote</li> <li>• Hauptangebote</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Premiumangebote</li> <li>• Kundenversprechen / Ihre Positionierung</li> <li>• Kundengewinnung</li> <li>• Kundenbindung</li> <li>• Internetauftritt</li> <li>• Marketing / Social Media</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielgruppen</li> <li>• Probleme der Zielgruppen</li> <li>• Produkt und Angebots-Nutzen</li> <li>• Attraktivität der Angebote</li> <li>• Kennenlernangebote</li> <li>• Hauptangebote</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Premiumangebote</li> <li>• Kundenversprechen / Ihre Positionierung</li> <li>• Kundengewinnung</li> <li>• Kundenbindung</li> <li>• Internetauftritt</li> <li>• Marketing / Social Media</li> </ul>		
<p><b>4. Ergebnis</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wurden die gewünschten Ziele / Ergebnisse erreicht? → <b>Umsetzungsplan</b></li> <li>• Ergebnisprotokoll</li> </ul>		

# Zusammenfassung



Thema	Priorität	Erkenntnisse / Nutzen

# Aktionsplan



Was	Wer	Termin



## Ziele

Unternehmen: \_\_\_\_\_

- 1.
- 2.
- 3.

Hauptinitiativen / Projekte → 90 Tage Prioritäten		Wunsch-Ergebnis
1		
2		
3		
4		

1:

Projekt-Schritte	Wer
1	
2	
3	
4	
5	

2:

Projekt-Schritte	Wer
1	
2	
3	
4	
5	

3:

Projekt-Schritte	Wer
1	
2	
3	
4	
5	

4:

Projekt-Schritte	Wer
1	
2	
3	
4	
5	

# Mein Lösungs-Konzept



## PARETO – Strategien

- ✓ Profitabilität steigern
- ✓ strategische Wettbewerbsvorteile
- ✓ weniger Aufwand mehr erreichen

01

### Check

- ✓ Ihre Situation
- ✓ Ihre Ziele
- ✓ Ihre Wünsche



Klare  
Aufgabenstellung

02

### Zielgruppen

- ✓ Ihre Zielgruppen
- ✓ Zielgruppen-Probleme
- ✓ Zielgruppen-Priorisierung



Klare  
Zielgruppenstruktur

03

### positionieren

- ✓ Positionierung als Problemlöser
- ✓ Kundenversprechen
- ✓ Unwiderstehliche profitable Angebote



Klare  
Positionierung

04

### differenzieren

- ✓ Systemlösung
- ✓ Angebotstreppe
- ✓ Innovationen



Klare  
Differenzierung

05

### umsetzen

- ✓ Fokusplan
- ✓ Bessere und schnellere Ergebnisse
- ✓ Profitables Wachstum



Gesteigerte  
Profitabilität

# Mein Lösungs-Konzept



## PARETO-Strategien

**Ich ver helfe kleinen und mittelständischen Unternehmen zu nachhaltigem und profitabilem Wachstum durch individuelle Strategie- und Positionierungsberatung.**

Mit meinem bewährten Pareto-Ansatz, KI-gestützter Analyse und jahrzehntelanger Erfahrung entwerfe ich maßgeschneiderte Lösungen, die direkt umsetzbar sind.

Meine Beratung ist flexibel – ob vor Ort oder online – und stets auf den Erfolg meiner Kunden ausgerichtet.

### Kontakt / Impressum:

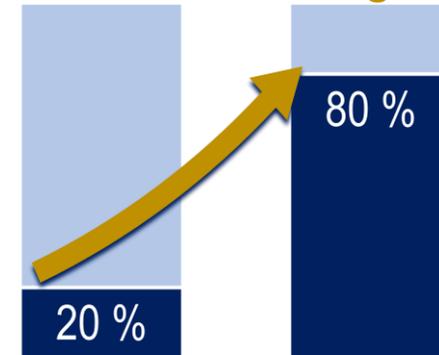
Wefers Consulting  
**Volker Wefers**  
Lise-Meitner-Str. 1-13  
42119 Wuppertal

E-Mail: [wefers-consulting@volker-wefers.de](mailto:wefers-consulting@volker-wefers.de)  
Telefon: 0202 / 725 180 90  
[www.volker-wefers.de](http://www.volker-wefers.de)

- ✓ Profitabilität steigern
- ✓ strategische Wettbewerbsvorteile
- ✓ mit wenig Aufwand mehr erreichen



## PARETO - Strategien



### Online-PARETO-Strategien-Schnellcheck:



<http://bit.ly/3zehxic>

### Kostenfreies Erstgespräch vereinbaren:



<https://bit.ly/4ezMldD>