



## Fit für den bevorstehenden Aufschwung nach der Krise?

Erst die Krise, dann der künftige Aufschwung und schließlich die neue Normalität

Kaum jemand konnte sich eine derartige Krise vorstellen, umso größer war der Schock über Ausmaß und Folgen der Pandemie. Jetzt ist bereits die Rede vom bevorstehenden Aufschwung und der s. g. neuen Normalität.

Dieser rapide Wandel ähnelt einem Wechselbad der Gefühle und macht die Standortbestimmung zu einer besonderen Herausforderung. Dabei erkennen wir die Risiken und negativen Folgen des Wandels schnell. Dagegen fällt es uns deutlich schwerer, die Chancen der Veränderung und die Notwendigkeit zur aktiven Mitgestaltung zu erkennen.

Zukunftsorientierte Entscheider und Leistungsträger bereiten sich jetzt auf den bevorstehenden Aufschwung vor

Zu den Folgen der neuen Normalität gehört die Erkenntnis, dass wir mit den bisherigen Maßnahmen und Strategien aus der Vorkrisenzeit kaum die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit unserer Unternehmen sichern können.

Die Zukunftsfähigkeit unserer Unternehmen hängt maßgeblich von zwei Fragen ab: Wie fit ist unser Unternehmen für die neue Normalität? Wie passen wir unser Unternehmen schneller an die neue Normalität an als unsere Wettbewerber und steigern damit unsere Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftssicherheit.

Mit dem WF-Kompass haben wir eine Vorlage vorbereitet, die Ihnen bei der individuellen Beantwortung der o. g. erfolgskritischen Fragen behilflich sein kann. Diesen Kompass stellen wir Ihnen gerne kostenfrei zur Verfügung.

Die Corona Krise

Der zukünftige  
Aufschwung

Die neue Normalität



## Fit für den bevorstehenden Aufschwung nach der Krise?

### Der WF-Kompass zur Standortbestimmung und Evaluation angemessener Maßnahmen zum gezielten Umgang mit der neuen Normalität

Mit wenigen Fragen und Anregungen soll der WF-Kompass zum gezielten Umgang mit den Herausforderungen der Veränderung motivieren.

Der WF-Kompass ist in 9 Kategorien gegliedert:

- Kunden und Unternehmen unserer Zielgruppe
- Unsere Ansprechpartner bei den Kunden und Entscheider der Zielgruppe
- Produkte, Leistungen und Lösungen
- Unser Unternehmen und Kundenkontakte
- Derzeitige und zukünftige Wettbewerber
- Gezielte Kooperationen und Partnerschaften
- Leadership, Team und Leistungsträger
- Vertriebskompetenz, Go-To-Market Strategie
- Mein persönlicher Beitrag zur Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens

### Der ganz besondere Moment

Was ist an den Veränderungen der aktuellen Corona Krise und ihren Folgen so besonders? Sie verbirgt das Risiko überholt zu werden, bietet aber auch die Chance zum Überholen.

Während viele Entscheider eher abwarten und hoffen, dass die alte Normalität wiederkehrt, ergreifen zukunftsorientierte Innovatoren gezielt die Initiative. Sie wissen, dass die Herausforderungen der Zukunft mit den klassischen Optimierungsmaßnahmen aus den Vorkrisenzeiten kaum zu meistern sind.

Aus dieser Erkenntnis heraus haben wir den WF-Kompass entwickelt. Beim WF-Kompass handelt es sich um eine übersichtliche Excel-Datei, die sie kostenfrei unter [info@WerteFactory.de](mailto:info@WerteFactory.de) anfordern können.



## Fit für den bevorstehenden Aufschwung nach der Krise?

### WerteFactory

WerteFactory ist die Plattform zur wertschöpfenden Gestaltung der digitalen Transformation. Unser Fokus richtet sich auf die Wertschöpfung, bei der es um deutlich mehr geht als die klassische Digitalisierung und Optimierung.

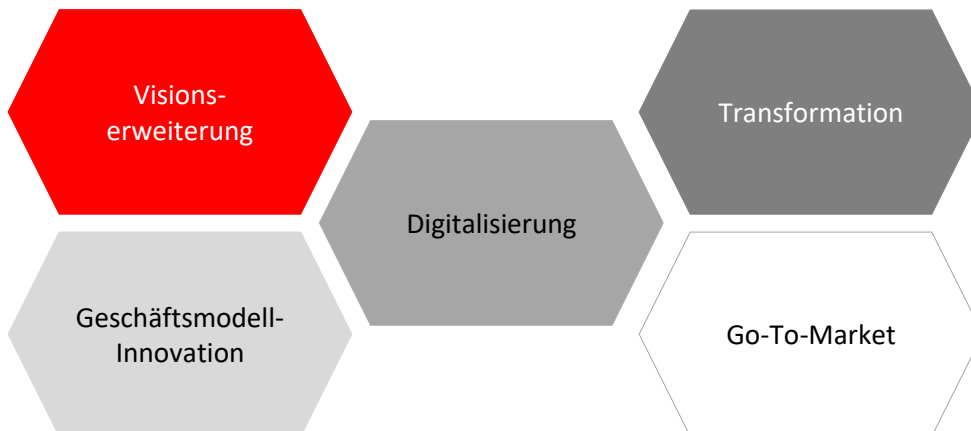
Die Besonderheit der WerteFactory: Die Wertschöpfung des innovativen Geschäftsmodells bestimmt die Ziele der Digitalisierung - nicht umgekehrt.

Darüber hinaus gehören das professionelle Go-To-Market und Sales Excellence zu den Kernkompetenzen der WerteFactory.

### Beispiel für Rückmeldungen unserer Kunden

Für mich war „Unser Unternehmen auf böse Überraschungen vorbereiten“ ein intensiver Workshoptag, getragen von der außerordentlichen Erfahrung und einer bemerkenswerten Praxisnähe der beiden Moderatoren Fahim Mohmand und Stephan Heiler. Ausgehend vom Leitgedanken, dass böse Überraschungen im Grunde oftmals keine Überraschungen sind, wurden im Laufe des Tages diverse umsetzungs-taugliche Maßnahmen zur Prävention erarbeitet, die richtig umgesetzt, einen echten Mehrwert beim Aufbau eines robusten Unternehmens bieten können.

Thomas Sperrfechter – CEO parsionate



WerteFactory  
Gutleuthofweg 32  
69118 Heidelberg  
06221-8897-44  
[info@WerteFactory.de](mailto:info@WerteFactory.de)  
[www.WerteFactory.de](http://www.WerteFactory.de)