

Werkzeug - Der zentrale Engpass

Lieber Leser, liebe Leserin!

Sie kommen nicht so voran, wie Sie sich das wünschen?
Verschiedene Probleme beeinträchtigen Ihre berufliche Lebensqualität?

Manchmal sieht man den Wald vor lauter Bäumen nicht. Eine Aufgabe reiht sich an die andere und kein Ende ist abzusehen. Von Herakles erzählt die griechische Sage, dass er gegen die Schlange Hydra kämpfte. Sie hatte neun Köpfe. Schlug Herakles ihr einen ab, so wuchs er doppelt nach. Auch Ihnen kann es wie Herakles mit der Schlange Hydra gehen. Aus einem gelösten Problem entstehen zwei neue!

Damit Ihnen das nicht passiert, brauchen Sie einen wirksamen Ansatz für die Problemanalyse. Das Werkzeug „Der zentrale Engpass“ kann Ihnen dabei helfen.

Falls Sie externe Unterstützung zur Einführung des Verkaufstrichters benötigen, sprechen Sie mich einfach an.

Beste Grüße
Alfons Breu

b2b coach GmbH & Co. KG
Telefon 08621 / 64 80 50
Mail alfons.breu@b2b-coach.de



Werkzeug - Der zentrale Engpass

Die engpasskonzentrierte Strategie hat ihren Ursprung in der Naturwissenschaft. Der Chemiker Justus von Liebig entdeckte, dass eine Pflanze eine bestimmte Anzahl von Nährstoffen zum Wachsen braucht. Fehlt einer dieser Nährstoffe, stellt die Pflanze ihr Wachstum ein. Wenn alle vorhanden sind, wächst die Pflanze besser als es ein Gärtner organisieren könnte. Aber wenn ein Faktor fehlt, stoppt die Entwicklung, auch wenn alle anderen 99 vorhanden sind. Solange dieser Engpass-Faktor nicht beseitigt ist, gibt es keine Weiterentwicklung. Wird er zugesetzt, entwickelt sich die Pflanze von selbst weiter.

Das gilt nicht nur für Pflanzen, sondern auch für Menschen, Unternehmen und Märkte. Die Erkenntnisse aus der Natur haben Wolfgang Mewes und Hans Hass in die Wirtschaft übertragen:

- Vom Engpass-Faktor (größter Engpass) her können Wachstum, Umsatz und Ertrag gesteigert, gesteuert und gestoppt werden.
- Durch die Lösung des größten Engpasses entwickelt sich das System im Ganzen. Besser als es ein Mensch organisieren könnte.
- Die einzelnen Prozesse dosieren und regulieren sich selbst. Entscheidend ist, dass das brennendste Problem erkannt und dauerhaft beseitigt wird.

Nehmen Sie sich bei einer Ihrer nächsten strategischen Pausen Zeit für die Frage:

Was behindert meinen Verkaufserfolg am meisten?

