

Karriere mit der EKS

Andreas Lohr

Profil: Andreas Lohr

In seiner Beratungstätigkeit arbeitet er sowohl für große Unternehmungen wie Heidelberger Druck, Dresdner Bank, DG Bank als auch für Einzelkunden an persönlichen Themen (Coaching).

Herr Lohr ist *Trainer und Berater BDVT* des Berufsverbandes der Verkaufsförderer und Trainer (BDVT).

- Engpaßkonzentrierte Strategie (EKS) nach Wolfgang Mewes
- NLP-Master (DVNLP)
- Master of Advanced Hypnosis Applications
- Systemischer Organisationsberater nach Bert Hellinger
- Rational-Emotive Verhaltenstherapie (REVT) nach Albert Ellis
- Systemische Transaktionsanalyse

Ich suche eine Stelle, was soll ich mit Strategie?

Aktuelle Situation:

- weltweite Konjunkturkrise
- Unternehmen gehen pleite und entlassen Mitarbeiter.
- Folglich sind entsprechend wenig freie Stelle verfügbar.
- Bewerber wollen eine Stelle und werden immer frustrierter, wenn Sie nur Absagen erhalten.
- Die Zeiten sind niemals schlecht, wenn man Sie nutzt und seine Kräfte auf den wirkungsvollsten Punkt konzentriert.
- In Zeiten der Hungersnot genießt die „Gunst der Verhältnisse“, wer sich auf Lebensmittelproduktion spezialisiert.
- In Zeiten der Überproduktion genießt die „Gunst der Verhältnisse“, wer zusätzliche Bedürfnisse schafft.

Was ist die EKS

- EKS steht für:
 - Engpass-konzentrierte Strategie
 - Evolutions-konforme-Strategie
 - Energo-kybernetische-Strategie
- Begründer: Wolfgang Mewes
- 1971 Herausgabe des Fernstudiums:
'Engpasskonzentrierte Strategie'
- Vertrieb: Fernstudium oder Seminare/Workshops
- Anwendungsbereiche: Unternehmen und Personen

4 Prinzipien der EKS

- Spezialisierung statt Verzettelung
- Minimum-Prinzip
- Immaterielle vor materiellen Vorgängen
- Nutzen- vor Gewinn-Maximierung

7 Phasen der EKS



1. Stärkenanalyse
2. Geschäftsfeld
3. Zielgruppe
4. Engpaß-Problem
5. Innovation
6. Kooperation
7. Konstantes Grundbedürfnis

Stärken-Analyse in der EKS

Warum Stärken ??

- Das Schul- und Hochschulsystem zielt auf die Produktion vom Durchschnitt.
- Das zweitbeste Diplom an der FH ist eine respektable Leistung.
- Der zweitbeste Bewerber zu sein, bringt nichts, denn die Stelle hat schon der beste Bewerber bekommen.

Welche Bereiche ??

- Persönlichkeit
- Kontakte zu potentiellen Kunden, Banken, Multiplikatoren, Distributoren, Medien,
- Know-How, Zertifizierungen
- Sonstige Ressourcen (Patente, Finanzielle Mittel, ...)

Analyse des Geschäftsfeldes

- Nur was Sie gut und gern tun, hat die beste Chance, zur Spitzenleistung zu werden (Stärken).
- Allen können Sie es nicht recht machen !!
- Aus den Stärken entwickelt man ein Eignungsprofil.
- Man sucht nach einer Branche, in welcher das Anforderungsprofil genau zum Eignungsprofil paßt.
- Spezialgebiet so wählen, daß man mit den vorhandenen Kräften relativ schnell die Nr.1 werden kann.

Übersetzungsdienst



Übersetzungen in die polnische Sprache

Analyse der Zielgruppe

Die erfolgsversprechendste Zielgruppe:

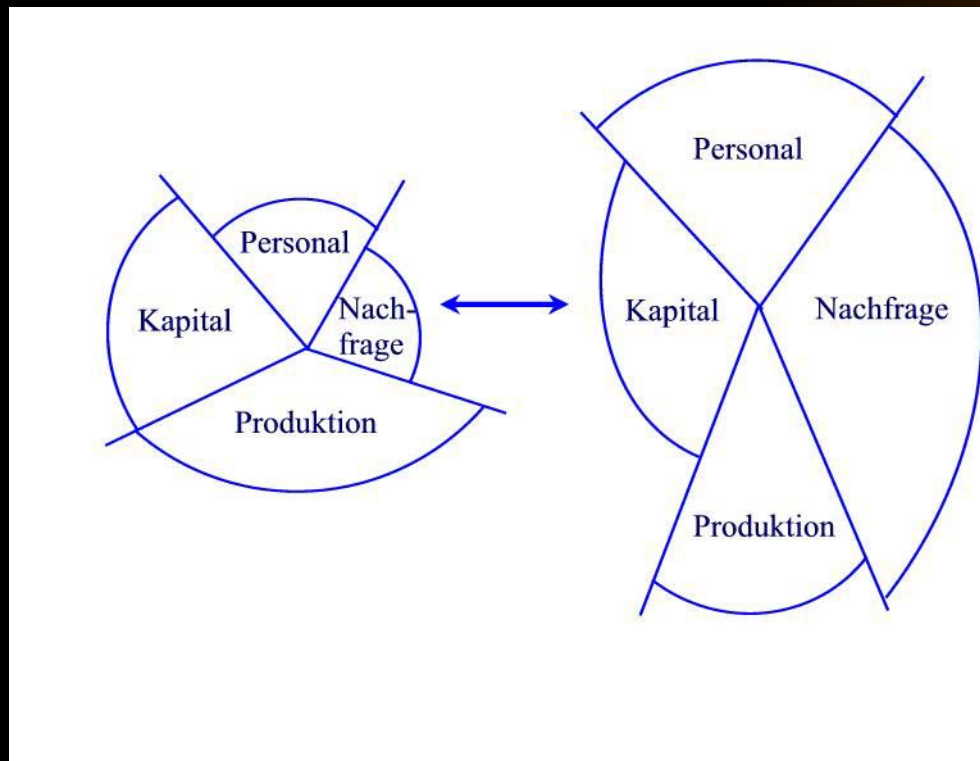
- hat völlig gleichartige Wünsche, Bedürfnisse oder Probleme
- paßt zu den vorhandenen Stärken
- hat einen möglichst dringenden Bedarf nach Ihren Leistungen
- Vertikale und horizontale Spezialisierung

Übersetzungen in die polnische Sprache



Übersetzungen der polnischen Sprache für das Verlagswesen

Engpaß-Analyse



Analyse des Hauptproblems

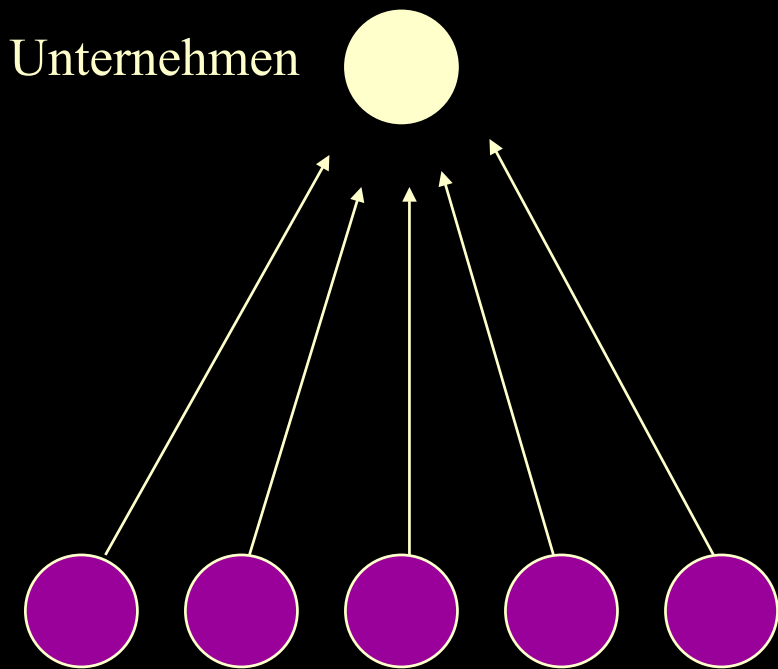
- Innerhalb der Zielgruppe ist DAS zentrale Hauptproblem identisch.
- Eine Analyse des Hauptproblems kann nur in Zusammenarbeit mit der Zielgruppe erreicht werden (keine Elfenbein-Lösung, sondern extrovertierte Strategie)
- Das Hauptproblem ist dasjenige Problem, welches das Wachstum der Zielgruppe am stärksten behindert. Die Lösung des Hauptproblems hat somit die größte Wirkung.

Innovation

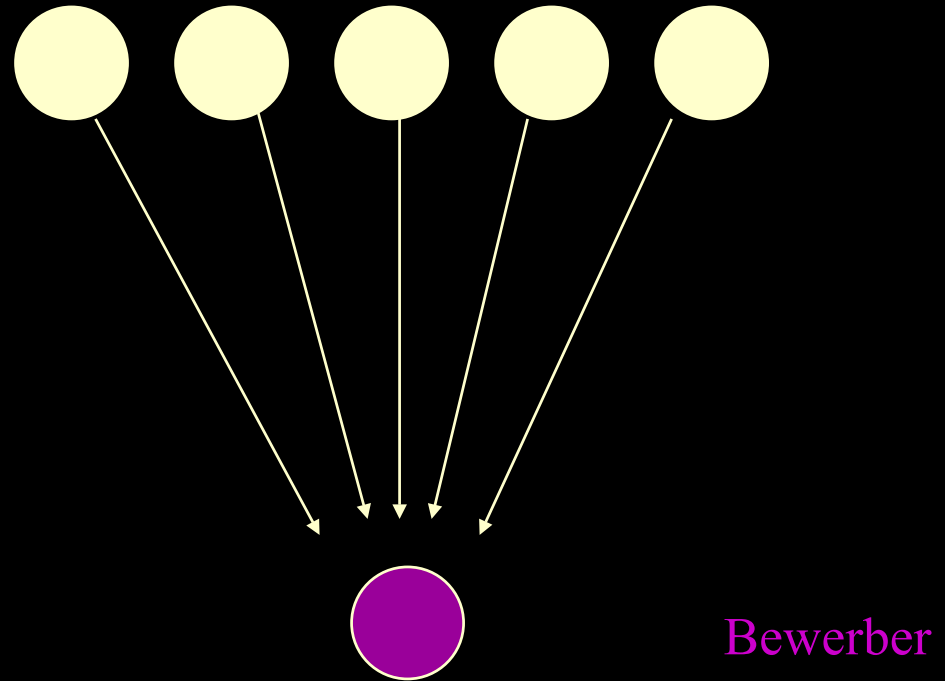
- Keine Innovation um jeden Preis, sondern das Suchen von besseren Lösungen für *das* Hauptproblem der Zielgruppe.
- Selbst kleine Vorsprünge in der Lösung des Hauptproblems haben eine große Wirkung.
- Innovation ist meist relativ einfach möglich (selbst bei beschränkten Ressourcen), sofern eindeutig klar ist, was das zentrale Hauptproblem der Zielgruppe darstellt.

Normale Bewerbung und ZKB

Normale Bewerbung



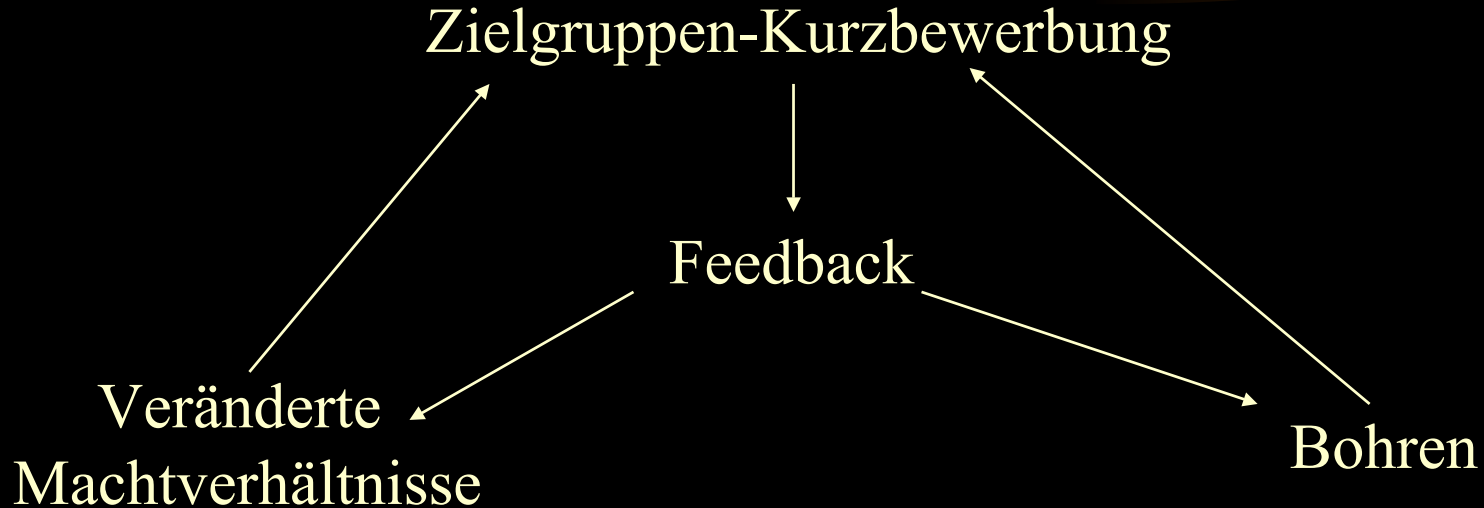
Zielgruppenkurzbewerbung (ZKB)



Zielgruppen-Kurzbewerbung

- Alle Unternehmen der Zielgruppe werden angeschrieben.
- Keine vollständigen Bewerbungsunterlagen, sondern nur eine Seite mit einer Zusammenfassung des Nutzens (Beschreibung des zentralen Hauptproblems und IHRE Lösung).
- Nachreichung vollständiger Unterlagen bei Interesse seitens des Unternehmens.
- Regelmäßig alle drei Jahre (insbesondere bei günstiger Konjunktur)

Zielgruppen-Kurzwerbung



Vorteile der ZKB

- Zielgruppe wird vollständig, intensiv und billig erfaßt.
- Konsequenz: Die Ergebnisse sind objektiv.
- Durch Gespräche kann man realistisch und repräsentativ ermitteln, was an der eigenen Leistung verbessert werden muß.

Literatur-Hinweise



Fazit

- Konzentration ist kein einmaliges Ereignis, sondern ein permanenter Prozeß.
- Konzentration ist schwieriger durchführbar als Verzettelung, dafür erfolgreicher.
- Feedback der Zielgruppe statt reines Grübbeln.
- Jeder sieht es ein, nur 5-10 % setzen es um.