

LEITEN SIE IHR
UNTERNEHMEN...

...ODER LEITET ES SIE?

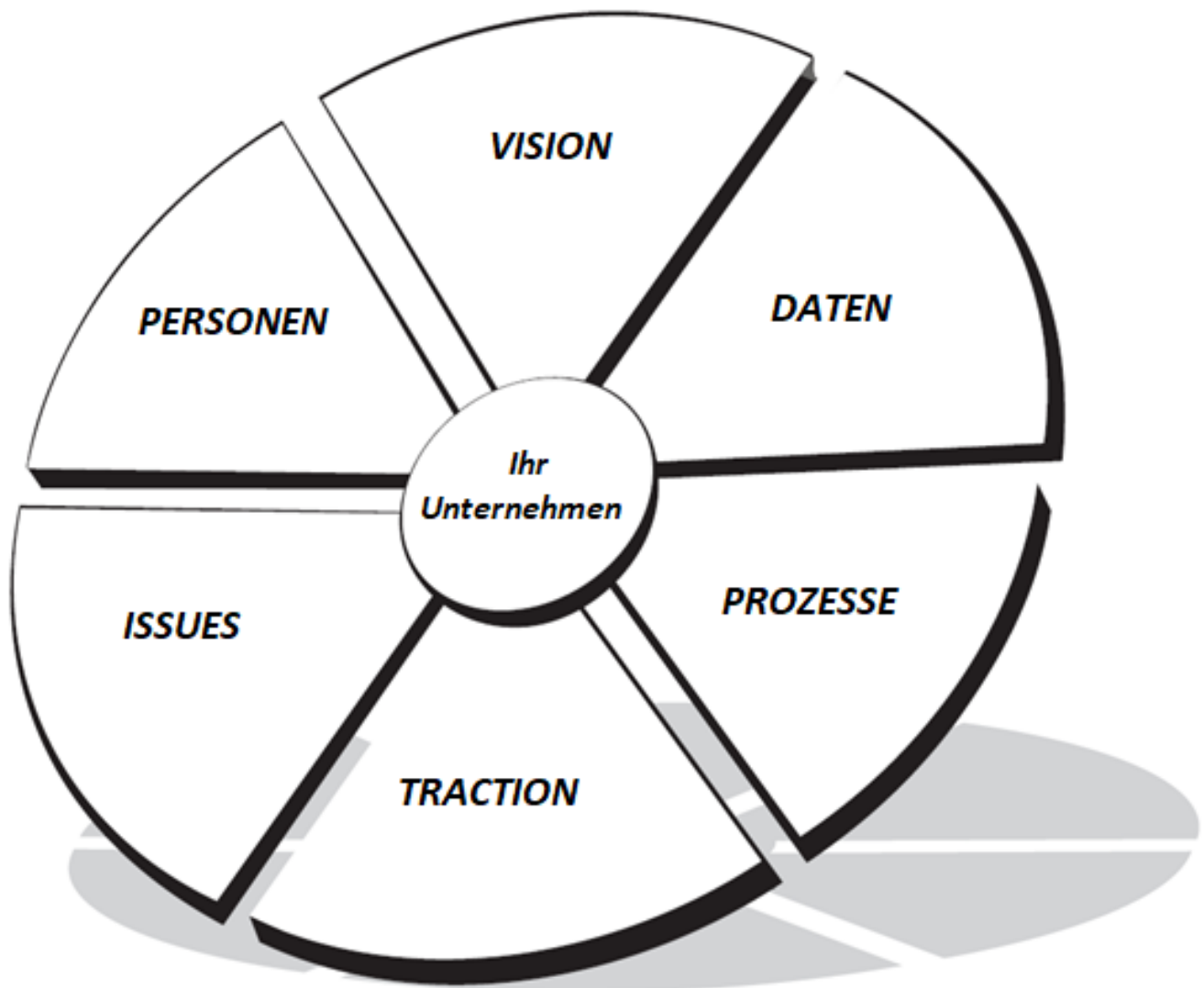


[illegible]

NOTIZEN

[illegible]

DAS MODELL EOS





VISION / TRACTION ORGANIZER

NAME DES UNTERNEHMENS:

VISION

KERNWERTE	1. 2. 3. 4. 5.	3-Jahres-Panorama
BEWEGGRUND (CORE FOCUS)	Sinn / Grund/Leidenschaft: Nische:	Datum: Umsatz: € Gewinn: € Messbare Grösse: <u>Beschreibung des Unternehmens</u>
10-JAHRES-ZIELSETZUNG		
MARKETING-STRATEGIE	Zielmarkt / Potentielle Kundenliste: Three Uniques 1. 2. 3. Bewährtes Verfahren: Garantie:	

VISION/TRACTION ORGANIZER



NAME DES UNTERNEHMENS:

TRACTION

1-JAHRES-PLAN	ROCKS	OPEN ISSUES
Datum: Umsatz: € Gewinn: € Messbare Grösse: Jahresziele: 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.	Datum: Umsatz: € Gewinn: € Messbare Grösse: Rocks: 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. Wer	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. Priorisieren • Identifizieren • Diskutieren • Lösen

BEISPIEL FÜR KERNWERTE

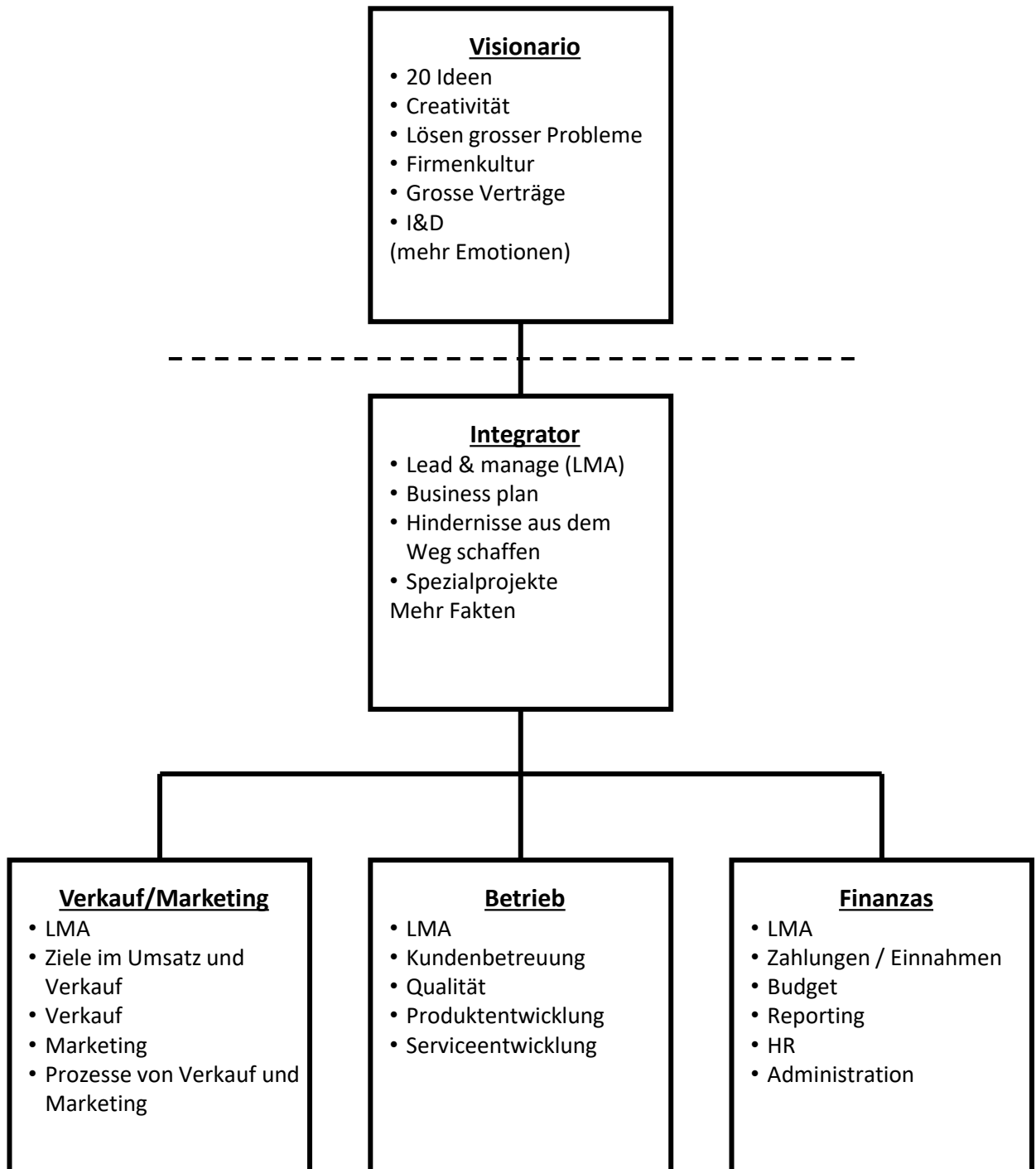
- Zeigt Spitzenleistung
- Perfektion als Ziel
- Gewinnen
- das Richtige machen
- Mitleid
- Ehrlichkeit und Integrität
- Ziele erreichen
- enthusiastisch, energisch, beharrlich und kompetitiv
- Kreativität fördern
- Sich den Verantwortungen stellen
- Der Kunden an erster Stelle
- Hart arbeiten
- Sich selbst verbessern
- zuerst den anderen helfen
- professionell
- Initiativen fördern
- wachstumsorientiert
- Respekt
- Gerecht
- Kreativität und Vorstellungskraft
- Integrität
- bescheiden und vertrauenswürdig
- Konsistenz und Detailismus
- lustig
- Teamarbeit

DER PEOPLE ANALYZER

Min. Bewertung									

Bewertung: + +/- -

ORGANIGRAMM DER VERANTWORTLKT.



GWC

Sitzt jede Person auf der richtigen Stelle?

Sollte dies nicht der Fall sein, entsteht bei allen Enttäuschung und Frust. Es kann nie vollständig delegiert werden. Man wird sich immer verpflichtet fühlen, Teile der Arbeit selbst zu erledigen und man kann "die Wurzel nie loslassen".

Funktion

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Damit eine Person eine vom Manager geschaffene Chance (Projekt, Aufgabe etc.) nutzen kann muss er "GWC" haben: verstehen, wollen und fähig sein, die damit verbundene Arbeit durchzuführen. Wenn eine dieser drei Dinge nicht gegeben ist, wird es nicht funktionieren, weder jetzt, noch in naher Zukunft... in 99,9% der Fälle.

Die drei Fragen:

Ja Nein

G (get it) – Versteht er/sie worum es geht?

☐
☐

- Zünden alle Neuronen wenn die Funktion erklärt wird und Verständnis setzt ein, was zu tun ist?
- Erkennt die Person alle Konsequenzen der Aufgabe oder Stelle?
- Nicht jeder versteht. Was nicht schlecht sein muss. Es bedeutet nur, dass er/sie auf einer anderen Stelle sitzen sollte.

W (want it) - Will er/sie die Funktion?

☐
☐

- Will er/sie diese Funktion tatsächlich?
- Steht er/sie jeden Morgen auf und geht mit Freude zur Arbeit?
- Man kann Personen nicht bezahlen, beknen, zwingen oder bitten, etwas zu wollen. Er/sie muss es von sich aus gerne tun.
- Manchmal verstehen Personen eine Funktion und sind befähigt, doch wollen sie nicht übernehmen.

C (capacity) – Hat er/sie alle notwendigen Fähigkeiten?

☐
☐

- Besitzt er/sie die mentale, physische und emotionale Fähigkeit, die Zeit und ausreichend Wissen, um die Funktion gut auszufüllen?
- Dieser Aspekt ist manchmal verhandelbar. Wenn er/sie es nicht versteht, ist jedes weitere Wort übrig, doch wenn es um Fähigkeiten geht, können manchmal Lösungen gefunden werden, auch wenn es ungewöhnlich ist. Wenn Überzeugung besteht, dass die Person die Fähigkeiten erlangen kann und man bereit ist, Zeit, Ressourcen und Energie zu investieren, steht dem nichts im Wege. Doch die meisten Unternehmen im Wachstum können sich den Luxus nicht leisten, 1 – 3 Jahre zu warten, bis sich jemand die entsprechenden Fähigkeiten angeeignet hat. Sie brauchen sofort jemanden, um den Arbeitsplatz gut zu besetzen.

www.igostrategy.com | www.eosworldwide.com

BEISPIELE FÜR KPI

Vertrieb und Marketing

Neue Leads
 Chancen (#, \$ oder beide)
 Vertriebsanrufe
 Vertriebsmeetings / Präsentationen
 Vorschläge
 Abgeschlossene Geschäfte
 Anteil abgeschlossene Geschäfte
 Andere Verkäufe (Accessoires, Garantien, Servicepläne...)
 Erwarteter Umsatz
 Tatsächliche Einnahmen
 YTD Einnahmen
 Fehler (bei der Einschätzung, bei Bestellungen, beim Design...)
 % der Preisvorstellung erhalten
 Umsatzkosten (Gehälter und Vermittlungsprovisionen)
 Seitenabrufe
 Clicks
 Eingelöste Gutscheine
 Walk-ins/Call-ins
 Infoanforderung
 Web Conversion

Operationen:

Run rate/Einheiten pro Stunde
 Fehler
 Probleme/Kundenbeschwerden
 Fehlerquote (% zu spät erzeugter Produkte, zu kostspielige oder nicht spezifikationskonforme Produkte)
 Bruch/Abfall
 Abfall, Sortierung, Inventur
 Versand
 Auslastung (Arbeitskräfte und Maschinen)
 Kundenbewertung
 Garantieforderungen
 Überstunden
 Nicht verrechenbare Stunden
 Stückkosten
 Durchschnittlicher Stundenlohn

Finanzen

Wochenumsatz
 Kassenbestand
 Forderungen
 Forderungen >45 oder 60 (\$ oder % des Gesamtumsatzes)
 Verbindlichkeiten
 Fehler (Eingabe, Fakturierung, Rechnungslegung...)
 Bruttogewinnmarge YTD
 Nettogewinnmarge YTD
 Mitarbeiterzufriedenheit
 Systemverfügbarkeit (IT)
 Mitarbeiter-Krankschreibungen
 Verspätungen der Mitarbeiter
 Mitarbeiter, die ihre Ziele nicht erreichen
 Freie Stellen
 Lohnabrechnung

THE ISSUES SOLVING TRACK - IDL

Auf der Liste der *Open Issues* die drei wichtigsten Angelegenheiten identifizieren. Danach den folgenden *Issues Solving Track (IDL)* anwenden.

Schritt 1: Identifizieren

- Das angegebene Problem ist nur selten das tatsächliche Problem.
- Um den wahren *Issue* zu finden, muss man tiefer gehen.
- Erst wenn der wahre *Issue* eindeutig identifiziert ist geht es zum Schritt 2.
- Sobald der wahre *Issue* eindeutig feststeht, mit Schritt 2, diskutieren, beginnen bis eine Lösung gefunden wird. Nicht abschweifen.

Schritt 2: Diskutieren

- Alle drücken ihre Ideen, Gedanken, Sorgen und Lösungsvorschläge in Bezug auf den wahren *Issue* in einer offenen und ehrlichen Umgebung aus.
- Analysieren und diskutieren.
- Alle Karten liegen offen auf dem Tisch, alle sagen, was sie denken. Aber nur einmal, wiederholen heisst, Druck auszuüben und beeinflussen wollen.
- Wenn alles gesagt wurde und keine neuen Argumente mehr aufkommen, ist der Augenblick gekommen, eine Entscheidung zu fällen.
- Wenn die Vision der Firma klar ist und das allgemeine Wohl des Unternehmens bezweckt wird, ist die Entscheidung immer einfach. Auch wenn es manchmal hart sein kann.

Schritt 3: Lösen

- Es ist wichtiger, eine Entscheidung zu treffen, als welche genau getroffen wird... deshalb: Entscheiden und beschliessen!
- Die Lösung muss klar ausgesprochen werden, um Einverständnis erzeugen zu können.
- Manchmal muss man nach dem Verbalisieren der Lösung nochmals zum zweiten Schritt zurückgehen, da die Angelegenheit nicht wirklich gelöst wurde.
- Sobald alle zustimmen (oder mit der Entscheidung leben können), werden die nächsten Schritte definiert mit klaren Verantwortlichkeiten und auf die To-Do-Liste gesetzt. Im nächsten wöchentlichen Meeting wird überprüft, ob alles durchgeführt wurde.

Faustregel: Wenn es sich um ein gesundes Team handelt, stimmen in 8 von 10 Fällen alle der Entscheidung zu. In 2 von 10 Fällen ist dies jedoch nicht der Fall, dann muss der Integrator die definitive Entscheidung treffen. Entscheidungen im Konsens funktionieren seltenst und zerstören das Unternehmen schneller als erwartet. In dieser Situation sind zwar nicht alle zufrieden, doch es wurde allen zugehört und wenn guter Teamgeist vorherrscht, können alle die Entscheidung akzeptieren und unterstützen.

DIE ZENTRALEN PROZESSE

- **Personen**
- **Marketing**
- **Verkauf**
- **Betrieb / Operationen**
- **Finanzen**
- **Kundenzufriedenheit**

DAS MEETING LEVEL 10

Wöchentliche Agenda

Tag: _____

Uhrzeit: _____

Tagesordnung

Übergang 5 Minuten

Scorecard 5 Minuten

Rocks 5 Minuten

Kunden & Team 5 Minuten

To-Do Liste 5 Minuten

*Escribe el resultado final deseado
en el recuadro de la derecha.
En los recuadros que hay a la izquierda*

IDL / Issues 60 Minuten

*Escribe el resultado final deseado
en el recuadro de la derecha.
En los recuadros que hay a la izquierda*

Schliessen 5 Minuten

Durchsicht neue To-Do's

Team Kommunikation

Bewertung (1-10)

DIE GRUNDLAGEN WERKZEUGE

- **Vision / Traction Organizer (V/TO)**
- **Organigramm der Verantwortlichkeiten**
- **Rocks**
- **Struktur der Meetings**
- **Scorecard**

DIE BÜCHER VON EOS

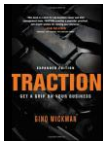
Möchten Sie mehr wissen und mehr Erfolg mit Ihrem Unternehmen haben?

Um EOS (Entrepreneurial Operating System) optimal in Ihrem Unternehmen zu implementieren, muss jede Person im Team über die richtigen Informationen verfügen. Durch die 5 EOS-Bücher wird das gesamte Unternehmen (Managementteam, mittlere Führungskräfte und Mitarbeiter) ihre Verantwortung verstehen und wissen, wie sie das Unternehmen am besten unterstützen kann.

So wirds gemacht

Buch

Für wen



Traction



Alle



Rocket Fuel



Visionär und Integrator



Get a Grip (a fable)



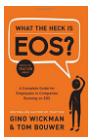
Management Team



How to Be a Great Boss



Mittelmanagement,
Supervisors und Direktoren



What the Heck is EOS?



Mittelmanagement , alle
Angestellten und Supervisor

Besuchen Sie die Website www.eosworldwide.com für weitere Informationen und nutzen Sie EOS noch heute in Ihrem Unternehmen.

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

[illegible]

NOTIZEN

NOTIZEN

Jörg Lahmann

www.igostrategy.com/de

Spain: +34 629.59.44.14

Schweiz: +41 78.717.33.42

info@igostrategy.com

Connect on LinkedIn:



Helping organizations clarify, simplify and achieve their vision

www.eosworldwide.com

Go to our website for a complete profile of all our EOS Implementers.