

## Heute schon wissen was morgen sein wird!

Kommt Ihnen das bekannt vor:

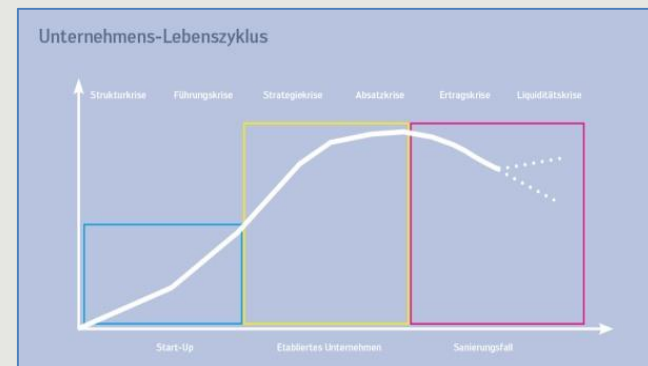
Ihr Umsatz wächst, aber langsamer als der Ihrer Wettbewerber. Sie erzielen Gewinne, aber weniger als früher. Ihr Unternehmensimage hat sich aktuell auch nicht verbessert.

Das sind Symptome einer möglichen Strategiekrise.

Die Erosion Ihrer bisherigen Erfolgsfaktoren bedeutet zwar noch keine akute Gefahr, aber wenn Sie nicht aufpassen, drohen mittelfristig ernsthafte Probleme.

Was jetzt zu tun ist:

- Einführung geeigneter Controlling-Kennzahlen
- Entwicklung von Marktentwicklungsszenarien auf Basis von Gesellschafts- und Technologietrends
- Identifizierung zukünftiger Erfolgsfaktoren
- Entsprechende Neuausrichtung der Markenprofile



Valuecom organisiert für Sie eine **Zukunftswerkstatt**.