

Change-Prozesse *schneller* umsetzen.



Transformation-Booster

Zielgruppenansprache
und Transformationen auf
einem neuen Level und mit
neuer Geschwindigkeit

Das Tool für schnelle und fundierte Entscheidungs- findung und Umsetzung



Der Transformation-Booster – eine innovative Kombination von Semiotik und (System-)Aufstellung

Unsere VUCA-Umwelt stellt heute mehr denn je eine große Herausforderung für unsere Unternehmen und deren Entscheidungsträger dar. Sowohl tägliche als auch langfristige, strategische Entscheidungen müssen auf der Basis unvollständiger Informationslagen getroffen werden. Oft folgen dem nicht nur kontinuierliche Changes, sondern auch umfassende Transformationen, bei immer kürzeren Zeitspannen und knappen Ressourcen.

Für ein Gelingen ist das Erkennen von bewussten und besonders auch unbewussten Aspekten essentiell. Die klassischen Marktforschungs- und Veränderungsaktivitäten stoßen an ihre Grenzen. Wie die aktuelle Forschung eindrücklich zeigt, gilt es intuitive und rationale Ansätze zu verbinden, um den heutigen Anforderungen gerecht zu werden.

Die innovative Kombination von Semiotik und System-Aufstellung schafft, auf zeiteffiziente, einfache und gleichzeitig tiefgehende Art, relevante Muster, Symbole und Zeichen sowie die erfolgversprechendste Ausrichtung zu erkennen. Damit wird es möglich, an den tatsächlichen Ursachen und Hebeln für erfolgreiche und nachhaltig wirkungsvolle Entwicklungen zu arbeiten. Gleichzeitig werden externe wie auch interne Zielgruppen schnell und angemessen angesprochen.



Was erreichen Sie mit unserem Ansatz?

- Arbeit an den tatsächlichen Ursachen und Hebeln
- Effiziente und schnelle Entwicklung Ihrer Strategien
- Nutzung aller bewusster und unbewusster Ressourcen von Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten
- Mentale Muster werden erkannt, berücksichtigt und auf die Zukunft ausgerichtet
- Strategien werden ressourcenschonend und nachhaltig umgesetzt
- Schnellere und wirkungsvollere Change Prozesse, Kulturveränderungen oder größere Transformationen
- Prägnanz im Markenauftritt, der die Menschen wirkungsvoll erreicht

Drei Schwerpunkte stehen dabei im Mittelpunkt. Von der strategischen Entscheidung, über die geeignete Zielgruppenansprache bis zur Umsetzung.

Strategie

- Erkennen von unbewussten und verdeckten Wirkmechanismen und Faktoren
- Festlegen und Umsetzen der Strategien; z.B. von Markteintritt, Produktstrategie, Vertrieb, Personal
- Klare Kommstrategien, -maßnahmen und -inhalte definieren und entscheiden
- Beschleunigung der Analyse und Reduzierung der Kosten durch innovatives Verfahren

Organisationseinheit

- Entscheidungen mit Bezug auf Produktentwicklungen oder Organisationsausrichtung
- Integration in das Markenportfolio
- Einbau notwendiger Veränderung bei der Zielausrichtung
- Vorbereiten und Gestalten des (internen oder externen) Markteintritts

Transformation

- Sprung auf das nächste Level
- Hindernisse erkennen und Engpässe bearbeiten
- Risikominimierung, Kosteneffizienz, Schnelligkeit!
- Die Menschen (Stakeholder) mitnehmen
- Zeichen intern erkennen, um diese an den verschiedenen Touchpoints zu optimieren!
- „Hin zu“ statt „weg von“!
- interne und externe Kommunikation professionalisieren

1

2

3

Semiotik – liefert den rationalen Ansatz bei der Analyse und beschreibt das, was auf Zeichen- und Symbolebene wirkt. Sie erkennt das, was auf der unbewussten Ebene beim Menschen ankommt und damit den Autopiloten erreicht. Die Botschaften, die den Menschen nicht rational zugänglich sind. Darauf aufbauend entwickelt sie eine bewusste kommunikative Gestaltung, die bewirkt, dass die Zielgruppen auch tatsächlich erreicht werden.

(System-)Aufstellung – liefert die intuitive Analyse. Sie macht unbewusste Vorgänge und Optionen der Systeme sichtbar und zeigt verdeckte Dynamiken auf, die der Ratio und dem normalen Bewusstsein nicht zugänglich sind. Zusätzlich bereitet sie das potenzielle „Feld“ vor, indem sie hilft wahrzunehmen, was potenzielle Interessenten (extern) und Organisationsmitglieder (intern) brauchen und wie man sie am besten anspricht.

Vorgehensweise

Die gemeinsame Entwicklung läuft auf unterschiedlichen Ebenen:

1. Ausrichtung auf die wesentlichen Ziele
2. Untersuchen/Erkennen von Potenzialen und Einflussfaktoren
3. Kreieren von Vorgehensoptionen und entsprechenden Zeichenpools
4. Begleiten und Steuern des Umsetzungs- und Realisierungsprozesses

Erfahren Sie mehr und nehmen Sie Kontakt mit uns auf.



Mag. Charlotte Hager

Kommunikationswissenschaftlerin und Ethnologin sowie Zeichen- und Motivforscherin. Leiterin von comrecon brand navigation. Die Mission von comrecon ist, menschliches Verhalten zu

ergründen und Menschen mit den richtigen Unternehmen und Produkten zusammenzubringen. Kompetenzen in den Bereichen Semiotik, Systemische Aufstellungen von Organisationen und Marken und LEGO® Serious Play®. Expert Member im Club 55 für Marketing und Sales und Geschäftsführerin des Brand Club Austria.

✉ c.hager@comrecon.com | 🌐 comrecon.com



Dr. Thomas Gehlert

Wirtschaftswissenschaftler und Ingenieur, Weiterbildungen zum systemischen Berater sowie in Gestalttherapie, Logosynthese, lösungsorientierte Therapie,

Organisationsaufstellung und Gruppendynamik. Lizenziertes TIFF®-Berater und zertifizierter System-Aufsteller. Aktuell in der wissenschaftlichen Forschung über Intuition in der Unternehmensführung und als Lehrbeauftragter an der LMU München aktiv. Berufserfahrung bei Audi und 3M. Seit 1993 als Management-Berater und Trainer tätig. Schwerpunkte sind Veränderungs- und Lernprozesse, strategisches Management, Führung und Projektmanagement.

✉ tg@gehlert-cooperation.de | 🌐 gehlert-cooperation.de