

Ihre größten Umsatz- und Margenlecks und die 3–5 Hebel dagegen.

Wann „Commercial Performance Diagnostic“ für Sie besonders nützlich ist

Umsatz, Marge oder EBIT bleiben hinter den Erwartungen. Doch Funktionen erklären die Lücke unterschiedlich; Preis, Mix, Pipeline, Coverage und Produktivität werden getrennt diskutiert. Entscheidend ist, welche wenigen Ursachen die Lücke wirklich treiben.

Konkret bedeutet dies:

ENTSCHEIDEN	WEIL ...
Wo die größten Umsatz- und Margenverluste tatsächlich entstehen	einzelne Kennzahlen Symptome zeigen, aber selten die Gesamtursache.
Welche vermeintlichen Probleme Ursache sind – und welche nur Symptom	funktionale Einzelmeinungen sonst eine Maßnahmenflut auslösen.
Welche drei bis fünf Hebel sofort Priorität und Investition erhalten	Wirkung, Geschwindigkeit und Umsetzbarkeit gemeinsam entscheiden müssen.

WERTHEBEL 1 • WUNSCHERGEBNIS

Klarheit, welche 3–5 Hebel Ihre Ergebnislücke wirklich adressieren.

Sie erhalten eine priorisierte Executive Agenda – keine lose Bestandsaufnahme:

- Ihre Performance-Lücke wird als Ganzes sichtbar.** Markt, Preis, Mix, Kunden, Pipeline, Conversion, Coverage und Produktivität werden in einer gemeinsamen Ursachenlogik verbunden.
- Ihre stärksten Hebel werden investierbar.** Drei bis fünf Maßnahmen erhalten Evidenz, Wirkungskorridor und ein klares Votum zur separaten Umsetzung oder Überführung in Commercial Excellence.

WERTHEBEL 2 • HOHE ENTSCHEIDUNGSSICHERHEIT

Ihre Priorisierung trägt, weil Symptome und Ursachen nicht verwechselt werden.

Commercial Performance Heat Map und Leak & Lever Inventory beantworten drei Fragen:

- Ergebnislücke lokalisieren.** Plan, Ist, Preis, Mix, Volumen, Kunden- und Pipelineeffekte werden zu einem gemeinsamen Zahlenbild verdichtet.
Ergebnis: Transparenz über die größten Umsatz- und Margenverluste.
- Ursachen belegen.** Hypothesen werden entlang von Segmenten, Kunden, Funnel, Coverage und Arbeitsweisen mit Evidenz geprüft.
Ergebnis: ein Leak & Lever Inventory statt funktionaler Einzelmeinungen.
- Investierbare Hebel priorisieren.** Wirkung, Geschwindigkeit, Umsetzbarkeit und Abhängigkeiten werden je Hebel bewertet.
Ergebnis: drei bis fünf priorisierte Maßnahmen mit belastbaren Business-Case-Korridoren.

WERTHEBEL 3 • SCHNELLE ENTSCHEIDUNG

In ca. 8 Wochen liegt Ihre priorisierte Executive Performance Agenda vor

Die Diagnose verkürzt den Weg von vielen plausiblen Erklärungen zu wenigen belegten Ursachen und investierbaren Hebeln.

- **Woche 1–2: Lücke quantifizieren.** Performance-Daten werden harmonisiert und Umsatz- sowie Margenverluste lokalisiert.
- **Woche 3–5: Ursachen belegen.** Hypothesen zu Markt, Preis, Mix, Pipeline, Coverage und Produktivität werden getestet.
- **Woche 6–8: Hebel priorisieren.** Wirkungskorridore, Managementagenda und Umsetzungsentscheidung werden finalisiert.

Diagnose-Prinzip. Erst die Lücke quantifizieren, dann Ursachen belegen, dann Hebel priorisieren. Eine Umsetzung beginnt erst, wenn Wirkung, Zeit und Umsetzbarkeit belastbar sind.

WERTHEBEL 4 • GERINGER MANAGEMENTAUFWAND

Vorhandene Daten und wenige Hypotheseninterviews reichen aus.

Strat-Exx verbindet Finanz-, Kunden-, Preis-, Pipeline- und Organisationsdaten zu einem gemeinsamen Ursachenbild – ohne paralleles Transformationsprojekt.

Von Ihrer Organisation werden nur vier Beiträge benötigt:

- Finanz-, Kunden-, Preis-, Pipeline- und Organisationsdaten,
- vorhandene Analysen, Maßnahmen und Performance-Hypothesen,
- wenige Interviews mit CEO/BU-Führung, Vertrieb, Marketing und Finance,
- Managementzugang für Ursachen- und Priorisierungsentscheidungen.

WERTHEBEL 5 • BEGRENZTES UMSETZUNGSRISIKO

Kein Transformationsprogramm, bevor Ursachen und Hebel belegt sind.

Das größere Risiko ist nicht, eine Maßnahme später zu starten. Es ist, Zeit, Budget und Managementaufmerksamkeit in Symptome zu investieren, während die wenigen ursächlichen Umsatz- und Margenlecks bestehen bleiben.

Die Diagnose begrenzt dieses Risiko:

- Alle relevanten Performance-Dimensionen werden in einer Ursachenlogik verbunden.
- Hypothesen werden mit Daten belegt oder konsequent verworfen.
- Nur Hebel mit Wirkung, Geschwindigkeit und Umsetzbarkeit erhalten Priorität.
- Umsetzung erfolgt separat oder gezielt im Commercial Excellence Program.

Belegte Erfahrung. In einem Mandat mit rund 800 Mio. € Umsatz lag die größte Margenlücke in Mix- und Preiseffekten zweier Segmente. In einem weiteren Unternehmen mit rund 600 Mio. € Umsatz waren Preis und Coverage – nicht die Pipeline – die Ursachen. Beide Managementteams fokussierten anschließend drei Hebel.

Zum Projektende liegen sämtliche Entscheidungsgrundlagen auf dem Tisch:

- A. eine quantifizierte **Commercial Performance Heat Map** über Umsatz, Marge und Ergebnisbeitrag,
- B. ein **Leak & Lever Inventory** mit belegten Ursachen statt funktionaler Einzelmeinungen,
- C. **drei bis fünf** priorisierte Performance-Hebel nach Wirkung, Zeit und Umsetzbarkeit,
- D. belastbare **Wirkungs- und Business-Case-Korridore** je priorisiertem Hebel,
- E. eine verbindliche **Executive Managementagenda** mit Entscheidungen und Verantwortlichen,
- F. eine klare **Umsetzungsentscheidung** – separat oder im Commercial Excellence Program.

Der Maßstab. Nicht die Zahl analysierter Kennzahlen entscheidet, sondern ob wenige belegte Ursachen zu einer fokussierten, investierbaren Ergebnisagenda führen.

Welche **drei Ursachen** erklären den größten Teil Ihrer kommerziellen Lücke – und wissen Sie es oder vermuten Sie es?

IHR ANSPRECHPARTNER



Dr. Clemens Oertel

VERTRAULICHES STRATEGIEGESPRÄCH

30-Minuten Austausch

Per Google Meet · jederzeit buchbar

calendly.com/clemens-oertel-strat-exx/30min

SCANNEN & BUCHEN

