

Wie denken Game Changer?

Die Denkmuster der Game Changer (Rule Breaker) sind ganz einfach und können von jedem nachvollzogen werden.

Worum geht es heute?

Allein schon wie ein Game Changer oder Rule Breaker zu denken, bringt viele Vorteile. Man muss noch nicht einmal wie einer handeln.

Wie aber funktioniert das Gehirn eines Game Changers? Kann das jeder oder muss man dazu geboren sein?

Vorteile

Wie ein Game Changer zu denken, bringt im Business beträchtliche Vorteile: diese spezielle Denkweise eröffnet einen neuen Blick auf

- Probleme
- Bewertungen/Prioritäten
- Problemursachen
- Zusammenhänge
- Lösungsansätze
- konkrete Lösungen

Man entdeckt Unbekanntes, erkennt die wahren Ursachen und Zusammenhänge, es ergeben sich ganz neue, bessere Problemlösungen.

Alles beginnt in der Kindheit

Sozialisation! Die meisten Menschen sind von Kindesbeinen an so sozialisiert, dass sie Regeln befolgen. Wer Regeln befolgt, wird belohnt - wer sie bricht, wird sanktioniert.

Im späteren Berufsleben setzen wir alles daran, innerhalb dieser Regeln so gut wie möglich zu sein. Das Spiel so gut wie möglich zu spielen.

Game Changer (oder Regelbrecher)

Game Changer denken im Gegensatz zu den „Sozialisierten“ **über das Spiel selbst nach!**

Sie suchen nach der **Instanz**, die die Regeln des Spiels definiert, nach denen alle spielen.

Sie fragen sich, **welche Regeln tatsächlich gelten** und welche lediglich Übereinkünfte oder Gewohnheiten sind.

Game Changer im Channel (Beispiel)

Die maßgebliche **Instanz**:
die PARTNER (denn sie
haben eindeutig die Macht)

*Anmerkung: kein Wettbe-
werber ist so mächtig, dass
ER die Regeln des Business
definieren kann!*

Die **Wahren Grundregeln**:

1. es geht um Business – Technologie ist nur eine notwendige Bedingung, keine hinreichende
2. entscheidend sind die Investitionen des Partners
3. sie werden letztlich immer auf C-Level getroffen
4. sie werden immer nach dem gleichen Muster getroffen

Alle anderen vermeintliche „Regeln“ des Channel-Business sind nichts als Gewohnheiten!

Anwendungsbeispiel „Kostenreduzierung“

Wer wie ein Game Changer denkt, stellt sich diese Fragen:

- Wie effektiv bzw. effizient sind
 - die Marketing-Aktivitäten,
 - die Ausbildung der Mitarbeiter,
 - die Einstellungspolitik,
 - die Zusammensetzung und das Management des Partner-Portfolios,
 - die Primär- und Sekundärprozesse,
 - die Kommunikation (Medien, Zielgruppen, Content)?
- Wo kann man einsparen oder worauf kann man ganz verzichten?
- Was muss sofort gestoppt werden?

... und beantwortet sie allein danach, inwieweit sie den Wahren Grundregeln des Channel-Business entsprechen oder widersprechen.

Ganz konkret: Ausbildung der Mitarbeiter

Sie bilden ihre Channel-Mitarbeiter ganz intensiv in den Bereichen Technologie/Produkt und Vertriebsmethodik aus und machen sie zu kompetenten Partner Managern.

Game-Changer-Erkenntnis:

Verstoß gegen Regeln 2,3 und 4. Die Top-Entscheider der Partner (Vorstände, Geschäftsführer, Bereichsleiter) treffen ihre Partnerschafts- bzw. Investitionsentscheidungen nach ganz anderen Kriterien, nämlich Rol, strategischer Fit, Risiken, Erfolge, Zeitbedarf, Jump-start-Fähigkeit etc.

Game-Changer-Lösung:

Die Mitarbeiter zu Partner Business CONSULTANTS auf C-Level ausbilden.

Über mich

Meine Vision ist der “Entfesselte Channel”: eine Channel-Organisation, die sich von selbstverordneten Wachstumsbeschränkungen, falschen Denkweisen und wenig wirksamen Handlungsmustern befreit – angestoßen und begleitet von CxOs, die entschlossen sind, als “Game Changer” sicht- und spürbare Akzente und ganz neue Maßstäbe hinsichtlich nachhaltigem und profitablen Wachstum zu setzen.

Diese Vision kann für jeden Software-Hersteller schnell und einfach Realität werden, denn sie beruht auf meinen in den vielen Projekten gewonnenen Erkenntnissen über die Möglichkeiten, die Game Changing oder das bewusste Regelbrechen bietet – besonders für kleine und mittelständische Software-Hersteller.



michael@alliance-bliss.com

www.alliance-bliss.com