

Wachstum gezielt steuern durch Engpassfokussierung



TOC im Markt & Vertrieb

Die Theory of Constraints (TOC) ist eine Managementphilosophie, die durch die gezielte Steuerung des jeweils begrenzenden Engpasses konsequent auf Wachstum ausgerichtet ist.

Während TOC in der Produktion bereits etabliert ist, wird der Ansatz im Markt-, Vertriebs- und Strategiemfeld zunehmend zum entscheidenden Erfolgsfaktor.

Dieses Konzept überträgt die TOC-Logik konsequent auf den gesamten marktnahen Unternehmensbereich: Strategie – Marketing – Vertrieb – Produktentwicklung/F&E

Ziel ist es, die Engpässe zu identifizieren, die Wachstum verhindern und diese gezielt in Wachstumstreiber zu transformieren.

Das Inhouse-TOC-Konzept im Markt: Die 3 Schritte

Das Konzept ist ein unternehmensspezifischer Transformationsprozess, der gemeinsam mit dem Management umgesetzt wird. Im Mittelpunkt steht nicht Wissen, sondern Wirkung!

➔ **Die gezielte Veränderung der Marktlogik Ihres Unternehmens durch Engpassfokussierung**

Ihr Nutzen

- ✓ Nachhaltige Steigerung von Umsatz und Ergebnis
- ✓ Klare Differenzierung im Wettbewerb (bis hin zur Hidden-Champion-Positionierung)
- ✓ Fokus auf die wirklich relevanten Kunden, Produkte und Märkte
- ✓ Deutliche Reduktion von Vertriebs- und Marktineffizienzen
- ✓ Höhere Steuerbarkeit durch klare Engpass-Kennzahlen
- ✓ Schnellere Umsetzung und verkürzte Time-to-Market
- ✓ Aktivere, wirksamere Teams mit klarem Fokus



Die Vorgehensweise in 3 Schritten

Schritt 1: Transparenz & Engpassanalyse im Markt

 Das Ziel:

Klarheit über Markt, Kunden, Wettbewerb – und die tatsächlichen Wachstumsbremsen

- Analyse von Produkten, Märkten und Kundenstrukturen
- Bewertung von Wettbewerb, Positionierung und Leistungsversprechen
- Identifikation von Engpässen und Reibungsverlusten im Markt

 Das Ergebnis:

Klare Engpasslandkarte Ihres Markt- und Vertriebssystems sowie erste konkrete Wachstumshebel



Schritt 2: Engpassfokus & strategische Neuausrichtung

 Das Ziel:

Definition der entscheidenden Wachstumshebel im Markt

- Fokussierung auf die wirklich relevanten Zielgruppen und Entscheider
- Analyse der kaufentscheidenden „Pain & Pleasure“-Strukturen
- Identifikation des zentralen Engpasses aus Kundensicht
- Entwicklung eines klaren, differenzierenden Wertangebots (URO)
- Schärfung der Positionierung (z. B. Hidden Champion)

 Das Ergebnis:

Eine fokussierte Markt- und Vertriebsstrategie, die konsequent auf den Engpass ausgerichtet ist

Schritt 3: Umsetzung, Ausrichtung & Skalierung

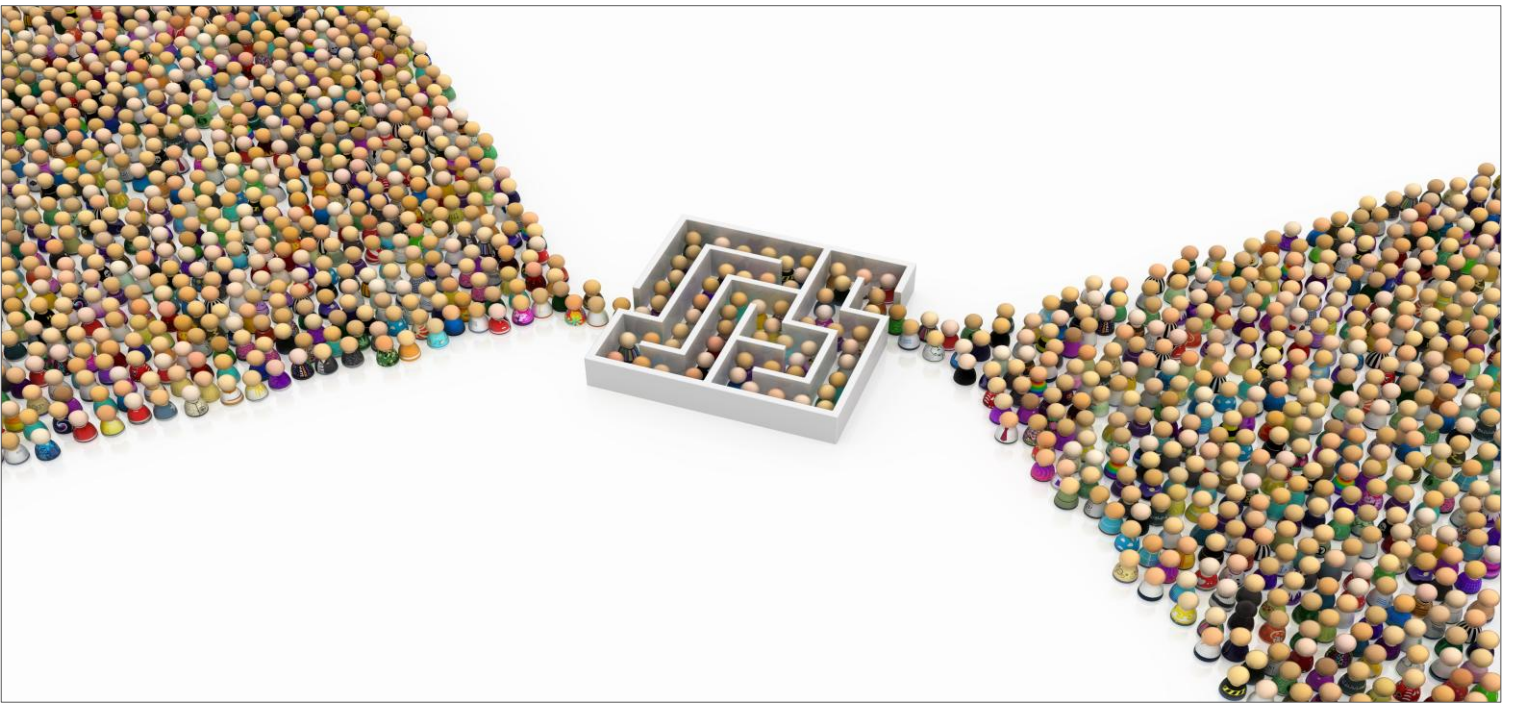
 Das Ziel:

Den Engpass gezielt als Wachstumstreiber nutzen

- Übersetzung der Strategie in konkrete Markt- und Vertriebsprozesse
- Aufbau einer wirksamen Customer Journey (inkl. 6 Ebenen des Widerstands)
- Einführung steuerungsrelevanter Kennzahlen
- Fokussierung von Ressourcen, Portfolio und Aktivitäten
- Aktivierung und Entwicklung der Organisation

 Das Ergebnis:

Ein ausgerichtetes, umsetzungsstarkes System, das Wachstum gezielt erzeugt und skaliert



So unterstützen wir Sie:

Wir begleiten Sie durch den gesamten Prozess – von der Analyse bis zur Umsetzung im Markt.

Dabei arbeiten wir eng mit Ihrem Management und Ihren Teams zusammen und übertragen die TOC-Logik direkt auf Ihre konkrete Unternehmenssituation.

Unser Fokus liegt nicht auf theoretischen Konzepten, sondern auf messbarer Wirkung:

- 👉 Wir identifizieren gemeinsam die entscheidenden Engpässe,
- 👉 richten Strategie, Vertrieb und Organisation konsequent darauf aus
- 👉 und unterstützen Sie dabei, die definierten Maßnahmen nachhaltig in der Praxis zu verankern.

Unser Anspruch: keine Konzepte ohne Umsetzung – keine Umsetzung ohne Ergebnis.

**TOC wirkt nur dann,
wenn es im Unternehmen gelebt wird!**

Alkyone Consulting GmbH & Co. KG

Rottweiler Straße 5
D-78667 Villingendorf

+49 741 209 692 40
www.alkyone-consulting.com
info@alkyone-consulting.com

Alkyone Consulting ist eine Strategie- und Unternehmensberatung mit Fokus auf der Theory of Constraints (TOC) zur Optimierung des gesamten Unternehmens.

Im Bereich TOC im Vertrieb und Markt identifizieren und lösen wir die entscheidenden Engpässe, die Wachstum bremsen, und steigern so Abschlussrate, Umsatz und Vertriebseffizienz durch konsequentes Engpass-Management.