

*Winner/s Edge*



**DER  
WINNER/S EDGE  
RESULTING-ANSATZ**

Winner/s Edge  
Resulting-Gesellschaft für Strategie, Vertrieb und Innovation mbH  
Schloss Eicherhof  
D-42799 Leichlingen  
[www.winner-edge.de](http://www.winner-edge.de)  
[www.lasko.de](http://www.lasko.de)



„Das Publikum  
beklatscht ein Feuerwerk,  
aber keinen  
Sonnenaufgang.“  
Friedrich Hebbel



Winner/s Edge zeigt Ihnen im Winner/s Edge Resulting-Ansatz auf, wie Sie Ihre Ziele effektiver, zielgerichteter und damit wirtschaftlicher erreichen.

# DER WINNER/S EDGE RESULTING-ANSATZ

## ANSATZ ... was ihn so erfolgreich macht.

### 01 LEVERAGE

#### HEBEL

Was ist der effektivste Hebel für Vertrieb und Change-Management, mit dem das Unternehmen erfolgreich zum Ziel kommt? Diesen Ansatzpunkt nach Pareto (80/20)\*<sup>1</sup> zu finden ist Kern der Aufgabe und kreative Höchstleistung.

### 02 PERFORMANCE

#### UMSETZUNG

Winner/s Edge befähigt und initiiert Führungskräfte, Opinion-Leader und Mitarbeiter mit den neuesten Methoden des „Extreme- und Rapid Learnings“ zum Handeln in höchster Leistungsbereitschaft. Dabei konzentrieren sich alle Maßnahmen auf die praktische Umsetzbarkeit am Arbeitsplatz.

### 03 RESULTER

#### ERGEBNIS

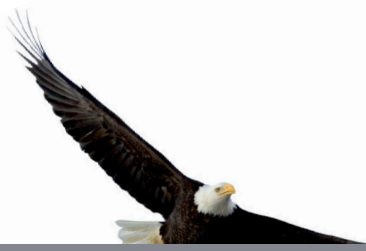
Winner/s Edge – das ist ein Team von professionellen, kreativen Sales-Spezialisten. Sie heißen Resulter, weil sie durch ihre langjährige, praktische Berufs- und Lebenserfahrung den individuell richtigen Weg zum Ziel finden. Kreativität, Mut, Initiative und Neugierde bestimmen ihre Grundhaltung. Dabei sind sie nicht nur der Motor für die Veränderung, sondern gleichzeitig Sparrings-Partner für den Kunden.

\*1 Das Vilfredo Pareto-Prinzip (auch 80-zu-20-Regel) besagt, dass sich viele Aufgaben mit einem Mitteleinsatz von ca. 20% so erledigen lassen, dass 80% aller Probleme gelöst werden.



„Die wirkliche  
**Entdeckungsreise**  
besteht nicht darin,  
neue Landschaften  
zu erforschen, sondern darin,  
mit neuen  
**Augen**  
zu sehen.“  
Marcel Proust





# 01 LEVERAGE HEBEL

Winner/s Edge

**Was ist der effektivste Hebel für Vertrieb und Change-Management, mit dem das Unternehmen erfolgreich zum Ziel kommt?** Nach Vilfredo Pareto lassen sich mit einem Mitteleinsatz von 20% etwa 80% erfolgreiche Umsetzung erzielen. Es geht nicht um die Wiederholung von Standardprogrammen, sondern darum, was für das Unternehmen in diesem speziellen Einzelfall die Lösung ist.

**Das Ziel ist ein ganzheitliches Konzept.** Den effektivsten Ansatz zur Zielerreichung zu erarbeiten, den richtigen innovativen Hebel zu finden – das ist die kreative Höchstleistung. Die Kunst: die Aspekte aus den unterschiedlichen Teilbereichen zu einem schlagkräftigen, ganzheitlichen Konzept zu verbinden. **Denn: Falscher Ansatz, falsche Resultate.**

Mit einem guten Ansatz wird sich das Projekt wie ein Adler in die Lüfte erheben. Kopf und Schweif sorgen für Richtung und Steuerung. Die Flügel (Leadership & Management, Sales-Fähigkeiten & Wissen) geben die Schlagzahl vor und sorgen für den richtigen Speed. Das Herz ist Zentrum für die ideellen Werte Culture & Change.

## RICHTUNG, STRATEGIE

- Herunterbrechen der Unternehmens-Strategie in eine verständliche Vertriebs-Strategie.
- Klärung der Potenziale (mit welchen Kunden ist zu wachsen, welche sind neu zu gewinnen).
- Stimmen die Ziele, sind sie operativ und ehrgeizig? Welche Erfolgsschlüssel führen in den Erfolg?

## MAKRO CHANGE, CULTURE

- Sind die Leitlinien (Culture) klar definiert. Wie werden die Leitlinien gelebt?
- Herrscht ein Milieu von Kreativität und Change, oder ist die Komfortzone die zentrierende Kraft?
- Werden die Team- und Unternehmensbereiche via initiiender Events begeistert und in Leistungsbereitschaft gebracht?

## MIKRO, CHANGE, CULTURE, CHARISMA

- Besitzen die Führungskräfte die notwendige persönliche Change-Bereitschaft, um Change-Prozesse wirkungsvoll vermitteln oder realisieren zu können?
- Welche Grundwerte kennzeichnet die einzelne Persönlichkeit: Leidenschaft, Mut, Commitment, Initiative, Loyalität oder Schuldzuweisung, Rechtfertigung, Dienst nach Vorschrift und fehlender Mut?
- Ist der vertriebliche Akteur authentisch, überzeugend, souverän, charismatisch?

## LEADERSHIP & MANAGEMENT

- Wie sind die richtigen Mitarbeiter zu rekrutieren und wie sind die aktiven Mitarbeiter zu auditieren?
  - Wie lassen sich die Teams begeistern und motivieren?
- Wie setzen die Führungskräfte die Lead-Skills gekonnt ein? Beherrscht die Führungskraft das Managen der Aufgabe?

## SALES- FÄHIGKEITEN & WISSEN

- Sind die Struktur der Organisation und die Prozesse kundenorientiert? Wird das notwendige Fachwissen kundenorientiert genutzt?
- Beherrschen die Vertriebsmannschaften die Verhandlungsphasen?
- Verstehen die Mitarbeiter die Abläufe bei den Kunden? Versetzen sich die Mitarbeiter in die Welt des Kunden?

## STEUERUNG, FEEDBACK

- Wie kann sichergestellt werden, dass der eingeschlagene Kurs auch konsequent eingehalten wird?
- Die Steuerungsinstrumente sind einfach anzulegen, verständlich und pflegearm. Gefragt sind sensible Steuerungssysteme. Werden Steuerungselemente als Kontrolle empfunden, haben sie versagt?
- Die Abweichung ist normal, die frühzeitige Erkennung ist wesentlich.

*Winner/s Edge*



„Leidenschaft  
ist das  
**Feuer**  
der  
Gestaltung.“



# 02 PERFORMANCE UMSETZUNG

Winner/s Edge

**Winner/s Edge befähigt und initiiert Führungskräfte, Opinion-Leader und Mitarbeiter** mit den neuesten Methoden des „Extreme- und Rapid Learnings“ zum Handeln in höchster Leistungsbereitschaft. Dabei werden die neuesten Erkenntnisse exzellenter Change-Prozesse eingesetzt, um die vertrieblischen Fokus-Projekte zum Erfolg zu führen.

**Basis für die Umsetzbarkeit ist Begeisterung durch Wissen.** Wie können die Mitarbeiter, die die Change-Prozesse im Unternehmen realisieren sollen, dazu befähigt werden? Das Geheimnis heißt: „Begeisterung durch Wissen“. Dabei helfen nicht nur Klassiker, wie Seminare, Workshops, Trainings, Coachings und Consulting weiter. Gefragt sind innovative Ansätze des „Rapid“ und „Extreme“ Learning.

**Das Besondere: Bei Winner/s Edge konzentrieren sich alle Maßnahmen auf die praktische Umsetzung am Arbeitsplatz.** Das bedeutet: Die Teilnehmer sind von Anfang an verantwortlich involviert. Das Lernen findet am Arbeitsplatz statt. Winner/s Edge demonstriert Theorie in der Praxis. Erfolgserlebnisse stellen sich unmittelbar ein – die Teilnehmer verinnerlichen das Gelernte schneller. Sie wissen innerhalb kürzester Zeit, worauf es ankommt und dass sie erfolgreich sein können.

Die Metapher der Orange verdeutlicht den Zusammenhang zwischen dem klassischen Projektmanagement (der Schale) und dem viel größeren und wichtigeren Teil, dem Leistungswillen der Mitarbeiter (dem Fruchtfleisch). Die Schale gibt dem Projekt „Orange“ Form, Stabilität und die richtige Richtung, schränkt allerdings auch ein. Das Fruchtfleisch wird durch die Schale geschützt und in Form gebracht und ist so der perfekte Nährboden für die Kreativität und das Potenzial der Mitarbeiter, die ausgewählten Exzellenz-Projekte pro Geschäftsjahr zum Erfolg zu führen.

## DIE KERNE

Die Kerne der Orange stehen für die ausgewählten Exzellenz-Projekte pro Geschäftsjahr. Gelingen diese Exzellenz-Projekte, wird das Business-Ziel erreicht. Der Nährboden für die Kerne ist das Fruchtfleisch.

## DIE MITTE

Die Mitte der Orange steht für Mind-Set, die innere Haltung der Mitarbeiter: Dazu zählen Initiative, Persönlichkeit, Leistungsbereitschaft, Einsatzwille und Mut.



## DIE SCHALE

Die Schale der Orange zeigt das klassische Projekt-Management (Denken in Milestones, Moderation, Präsentation etc.). Die Schale gibt dem Projekt Form, Stabilität und die richtige Richtung, schränkt allerdings auch ein.

## DAS FRUCHTFLEISCH

Das Fruchtfleisch symbolisiert die Culture, die den Change ermöglicht. Eine Ist-Situation ohne Dringlichkeit, ein Ziel ohne Vision funktioniert nicht.

Wie lassen sich die neuen Inhalte jedoch zielorientiert lernen? Winner/s Edge nutzt die Realität, dass Menschen 90% informal und 10% formal lernen. Es gilt, den Change informal am Arbeitsplatz in die Umsetzung zu bringen.



„Erfolgsmenschen  
sind leicht zu erkennen:  
Sie haben blaue Flecken  
an den  
**Ellenbogen.**“  
Rudolf Platte



# 03 RESULTER ERGEBNIS

Winner/s Edge

**Winner/s Edge – das ist ein Team von kreativen Sales-Profis.** Winner/s Edge Resulter sind selbständige Gesellschafter, die ihre Projekte verantworten. Mut, Initiative und Neugierde bestimmen ihre Grundhaltung. Sie heißen Resulter, weil sie durch ihre langjährige, praktische Berufs- und Lebenserfahrung den individuell richtigen Weg zum Ziel finden. Was zählt, sind effektive und praktikable Ergebnisse. Und an diesen lassen sie sich messen.

Die Metapher „Hemdärmel hochkrepeln“ symbolisiert die nachweisbar zielgerichtete Umsetzungs- und Lösungskompetenz der eingesetzten Winner/s Edge Resulter. Veränderungsaktivitäten sind in die laufenden Prozesse der Unternehmen einzubetten.

## WINNER/S EDGE UNTERNEHMEN

Winner/s Edge Gründung 1989, 14 Gesellschafter, 40 Winner/s Edge Permanent-Partner und ca. 90 Kooperations-Partner – Sitz in Köln/Düsseldorf – Filialen in der Schweiz und in Italien.

### MIT INDIVIDUALITÄT ZUM ERFOLG

Winner/s Edge Partner sind Resulter, die weit mehr leisten als die meisten Trainer, Coaches und Berater im Markt. Je nach Aufgabenstellung kombiniert Winner/s Edge die „besten“ Resulter zur Erfüllung der Aufgabe.

Die Sales-Experten gehen jede Aufgabenstellung individuell an. Denn was für ein Unternehmen Erfolg brachte, kann für ein anderes Unternehmen der falsche Weg sein.

### ALLE IN EINEM BOOT

Winner/s Edge integriert von Anfang an die Führungskräfte, Opinion Leader, Leistungsträger, Mitarbeiter des Unternehmens und bindet diese in die Change-Prozesse mit ein.

Winner/s Edge Resulter sind nicht nur der Motor für die Veränderung, sondern gleichzeitig Sparrings-Partner für den Kunden.

Dabei integrieren die erfahrenen Praktiker notwendige Veränderungen ideal in laufende Prozesse des Unternehmens.



## WINNER/S EDGE CHORE-GEIST

Resulting: Leverage – Performance – Resulter



„Nichts auf der **Welt**  
ist so mächtig,  
wie eine **Idee**  
deren Zeit gekommen ist.“  
Victor Marie Hugo

- ▣ EXPERTISE
- ▣ PROJEKTE
- ▣ PUBLIKATIONEN
- ▣ UNTERNEHMENSSTZ
- ▣ PROFIL WOLF W. LASKO

„Ein Kanu  
den trifft nie  
Baumstumpf  
wieder,  
von dem es  
gehauen  
wurde.“  
Aus dem Kongo



## AUTOINDUSTRIE / ZULIEFERER

Adam Opel AG, Rüsselsheim  
 Automotive Mannesmann Boge, Bonn  
 BMW AG, München  
 CD-Design GmbH, Haan  
 Ford Werke AG, Köln  
 GKN Automotive AG, Lohmar  
 GKN Walterscheid, Lohmar  
 Löhr & Bromkamp, Offenbach  
 Mazda Motors GmbH, Leverkusen

## BANKEN / VERSICHERUNGEN / FONDSS

Aachener und Münchener Versicherung, Aachen  
 Advance Bank, Duisburg  
 AOK Essen, Bad Homburg  
 Bayerische Hypo- und Vereinsbank, München  
 Central Krankenversicherung, Köln  
 DEG GmbH, Köln  
 Deutsche Postbank AG, Bonn  
 Deutscher Sparkassen Verlag, Stuttgart  
 DEVK Versicherungen, Köln  
 Die Continentale, Düsseldorf  
 DZ-Bank, Stuttgart  
 Hamburg Mannheimer Versicherung, Hamburg  
 Intervest, Münster  
 KfW Bankengruppe, Frankfurt  
 Kölnische Rückversicherungsges., Köln  
 Kreissparkasse Hannover, Hannover  
 LBS Badische Landesbausparkasse, Mainz  
 Münchner Rückversicherungs Ges., München  
 Rheinische Sparkassenakademie, Düsseldorf  
 SIGNAL IDUNA Gruppe, Hamburg/Dortmund  
 Team Bank AG, Nürnberg  
 Techniker Krankenkasse, Hamburg  
 Versiko AG, Düsseldorf  
 Wehrhahn KG, Neuss  
 Wüstenrot Finanzservice, Ludwigsburg

## BERATUNG / TRAINING

A.T. Kearney, Düsseldorf  
 Hughes International GmbH, Rüsselsheim  
 Roland Berger, München

## COMPUTER / TELEKOMMUNIKATION

ALLDATA, Düsseldorf  
 Commend Communications Systeme, Siegburg  
 D Plus Mobilienste GmbH, Karlstein  
 Data Systems GmbH, Braunschweig  
 Deutsche Telekom AG, Bonn  
 E-Plus, Düsseldorf  
 GE CompuNet Computer AG & Co., Essen  
 Getronics (Deutschland) GmbH, Raunheim  
 Intermec Technologies GmbH, Düsseldorf  
 Netcologne, Köln  
 Nortel Networks, Frankfurt  
 Sage Software GmbH, Frankfurt  
 SAP Deutschland, Hamburg  
 Secunet AG, Essen  
 Sirona Dentalsystems GmbH, Bensheim  
 T-Com, Bonn  
 T-Mobile Deutschland GmbH, Bonn  
 T-Systems, Bonn  
 T-Systems Business Service, Bonn  
 TÜVIT, Essen

## DIENSTLEISTER

Alltours Flugreisen GmbH, Kleve  
 Bertelsmann AG, Gütersloh  
 Bertelsmann Lexikothek, Gütersloh  
 Bertrand AG, Ehningen  
 Cisco Systems GmbH, Düsseldorf  
 Cologne Broadcasting Center, Köln  
 eBay Deutschland, Dreilinden  
 Eckes AG, Niederolm  
 LTU Fluggesellschaft, Düsseldorf  
 Lufthansa AG, Frankfurt  
 Lufthansa Cargo AG, Frankfurt  
 Nestlé Alete GmbH, München  
 RTL Multimedia GmbH, Köln  
 Sport Scheck, Unterhaching  
 Thimm Service GmbH, Wörstadt  
 Time Power Personal, Köln  
 VFA, Bonn  
 Weight Watchers Deutschland, Düsseldorf

## ENERGIE

Emscher Lippe Energie GmbH, Gelsenkirchen  
 Energieversorgung Limburg GmbH, Limburg  
 Enwag GmbH, Wetzlar  
 EnBW SIS GmbH, Karlsruhe  
 EVD Energieversorgung, Dormagen  
 Evi GmbH, Leverkusen  
 EVO Energieversorgung, Oberhausen  
 Ewb, Bern, Schweiz  
 Mega, Monheim  
 RWE Gruppe, Essen  
 SWG Stadtwerke Gießen, Gießen  
 Süwag Energie AG, Frankfurt  
 Stadtwerke Göttingen AG, Göttingen  
 Stadtwerke Marburg GmbH, Marburg  
 Stadtwerke Ratingen, Ratingen  
 Strasserauf, Düsseldorf  
 Vattenfall Europe Information Services, Berlin

## HANDEL / LOGISTIK

Berker GmbH, Schalksmühle  
 Coca-Cola Erfrischungsgetränke, Berlin  
 Cordes & Graefe, Bremen  
 Danzas Holding GmbH, Schwalbach  
 Delhey Logistik GmbH, Köln  
 Elmer GmbH, Bottrop  
 Engelhorn & Sturm, Mannheim  
 Fema Farben und Putze GmbH, Ettlingen  
 Kaufhof Warenhaus AG, Köln  
 Karstadt Quelle AG, Essen  
 Neckermann Versand AG, Frankfurt  
 Otto Versand, Hamburg  
 Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf  
 Rotkäppchen Mumm Sektkellereien GmbH, Eitville a. Rhein  
 Sonepar Deutschland GmbH, Düsseldorf  
 Sonepar Italia S.p.a., Padova, Italien  
 Sonepar Suisse, Winterhalter + Fenner AG, Wallisellen, Schweiz, Wallisellen  
 Viega Sanitär + Heizungssysteme, Attendorf  
 Wilhelm Gienger KG, Markt-Schwaben

## INDUSTRIE

ABB Industrietechnik AG, Mannheim  
 ABB Stotz, Heidelberg  
 ABB Trafo GmbH, Brilon  
 Alulux Beckhoff GmbH, Verl  
 BHS Maschinen- und Anlagenbau, Weiherh.  
 Blenheim International, Düsseldorf  
 BP Oil Deutschland GmbH, Hamburg  
 British American Tobacco GmbH, Hamburg  
 Busch Jaeger Elektro GmbH, Lüdenscheid

C. H. Knorr GmbH, Wels, Österreich  
 Cegelec AEG Systems and Autom., Frankfurt  
 Chemetall, Frankfurt  
 Deutsche Asphalt GmbH, Neu-Isenburg  
 Dyckerhoff Zement GmbH, Wiesbaden  
 Dynamit Nobel AG, Troisdorf  
 EOMAG AG, Brunn a. G., Österreich  
 Flachglas AG, Gelsenkirchen  
 Flachglas Wernberg, Wernberg  
 Flabeg, Werk Witten  
 Flender Himmel GmbH, Tübingen-Kilchberg  
 Glaszentrum Berlin Dresden GmbH, Berlin  
 Glaszentrum Nürnberg, Nürnberg  
 Glaszentrum Ruhr, Gelsenkirchen  
 Glas Trienes GmbH & Co KG, Kempen  
 Haarmann & Reimer GmbH, Holzminden  
 Hochtief Facility Management, Essen  
 IBG Industrie Beteiligungs Ges., Köln  
 Jenoptik, Jena  
 JVC Professional, Friedberg  
 KERAMAG, Ratingen  
 Markem GmbH, Krefeld  
 Metallgesellschaft AG, Frankfurt  
 MG chemag, Frankfurt  
 Miele & Cie. GmbH & Co., Gütersloh  
 Oberhauser Glas, Oberhausen  
 OBI Systemzentrale, Wermelskirchen  
 Peacock AG, Wünnenberg-Haaren  
 Pilkington Benelux N.V., Enschede, Niederlande  
 Protec Torservice GmbH, Goslar  
 Rheinmetall, Ratingen  
 SAINT GOBAIN GLASS Deutschland GmbH, Aachen  
 Sandvik GmbH, Düsseldorf  
 Siemens AG, München  
 Siemens Business Services, München  
 Solvadis AG, Frankfurt  
 Sony Deutschland GmbH, Köln  
 Stöbich Brandschutz GmbH, Goslar  
 Thermoglas Niederrhein GmbH, Kempen  
 Troponwerke GmbH, Köln  
 Weidmüller Holding AG & Co. KG, Detmold  
 Widia GmbH, Essen  
 XINYI GLASS, Hong Kong, China  
 Zapp AG, Schwerte

## PHARMA / KOSMETIK / CHEMIE

Arbeitsgemeinschaft LA-Med, München  
 Arzneimittel Werk Dresden, Radebeul  
 Avon Cosmetics GmbH, Neufahrn  
 Azupharma GmbH, Gerlingen  
 Bayer AG, Leverkusen  
 Bayer Bitterfeld GmbH, Bitterfeld  
 Berlin Chemie AG, Berlin  
 Cosmo Trading/The Body Shop, Neuss  
 Desitin Arzneimittel GmbH, Hamburg  
 Douglas Holding AG, Hagen  
 Estee Lauder Cosmetics GmbH, München  
 Florasynth Intern., Teterboro, USA  
 Glaxo Smith Kline Beecham Ph., München  
 Gödecke AG, Freiburg  
 Henkel Waschmittel GmbH, Düsseldorf  
 Jafra Cosmetics, Berlin  
 Coty Prestige/ Lancaster Group, Mainz  
 Lilly Deutschland GmbH, Bad Homburg  
 Miles Inc. Biotechnology, Berkeley, USA  
 Niddapharm GmbH, Bad Vilbel  
 Otsuka Pharma GmbH, London, England  
 Ratiopharm GmbH, Ulm  
 Rhein Chemie Rheinau GmbH, Mannheim  
 Sachtleben Chemie GmbH, Duisburg  
 Schwarz Pharma, Monheim  
 The Mattson Jack Group, St. Louis, USA  
 Unilever Austria, Wels, Österreich  
 Wörwag Pharma GmbH & Co., Böblingen

*Winner/s Edge*



„Den guten **Seemann**  
erkennt man bei  
schlechtem  
**Wetter.**“

Aus der Toskana

# PROJEKTE

*Winner/s Edge*

\*ALLE PROJEKTBEISPIELE KÖNNEN UNTER WOLF@LASKO.DE ANGEFORDERT WERDEN!

FRAGEN DES KUNDEN/DES MARKTES	AKTIONSPROGRAMM: WINNER/S EDGE
Jeder Sales-Mitarbeiter soll die Strategie verstehen, und durch sie motiviert werden.	Transfer der Unternehmensstrategie in eine powervolle, motivierende Vertriebsstrategie (visuelles Mapping*)
Wie können wir kritische Stammkunden sichern, wie hochpotentielle Wachstumskunden ausbauen.	Deckungsbeitragsorientiertes Umsatzsteigerungsprogramm (Potentials-Gebiets-Management und Erfolgsplattform*)
Wie können neue Kunden gewonnen werden.	Ganzheitlicher Einsatz kreativer Akquisitions-Methoden (8118*)
Die systematische Vertriebssteuerung (Effekt & Effizienz) ist um 50% zu verbessern.	Aufbau eines intelligenten, pflegearmen, selbstcoachenden CRM-Tools (Scout*)
Umsetzung der Leitlinien, der gewollten Sales-Culture in reale Handlungen.	Performance Forum (7 Kugeln & Maps*)
In den Verkaufsgesprächen müssen wir viel professioneller, taffer, klüger verkaufen.	Exzellenz in der Verhandlungskönnerschaft / total sales skills (7 steps*)
Der Auftritt der Verkäufer soll charismatisch, authentisch, vertrauenserweckend sein.	Charisma, Überzeugung der eigenen Persönlichkeit (Personal Power*)
Integration unterschiedlicher Teams.	Fusion, Integration unterschiedlicher Unternehmen / Sales Forces (6 Boxes*)
Die Führungskräfte / Leistungsträger müssen ihre erfolgskritischen Projekte qualitativ, quantitativ in time und budget realisieren.	Innovatives Projekt-Management (Orange*)
Befähigung der Niederlassungsleiter/ Vertriebsdirektoren, einen exzellenten Job zu machen	Ganzheitliche Leadership-Programme zur Befähigung (Audit 262 & Guide*)
Ergebnis-orientierte Kundenbetreuung (Top Service) der Bigs.	VIP Key Account Management (Manual*)
Es müssen neue Absatzkanäle, neue Prozess-Designs, neue Services, neue Preis-Strategien gefunden werden, die besser sind als die des Wettbewerbs. Die Kreativpotentiale des ganzen Unternehmens sind zu aktivieren.	Vertriebsorientierte Langzeit-Kreativ-Sessions (Inno/ Big 5*)
PS.: Die Klassiker des Lernens in Class-Room, Trainings, Workshops (formal) etc. sind aus Zeit- und Kostengründen zu überwinden (informal).	PS.: Die Winner/s Edge Antwort: rapid- oder extreme learning, simulation-learning, workplace-learning, mobile-learning, web-based-learning, real-time-learning, Einsatz der kollektiven Intelligenz / Wiki, CEO-Blogging, etc.



„Gefesselte Hände  
können keinen  
**Beifall**  
klatschen.“

Stanislaw Jerzy Lec

# PUBLIKATIONEN

Winner/s Edge

BUSINESS-  
PHILOSOPHIE



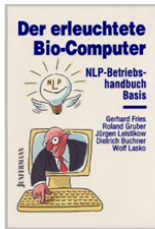
UNTERNEHMERISCHES  
DENKEN & HANDELN



MANAGEMENT



LEADERSHIP



SALES



KOMMUNIKATION



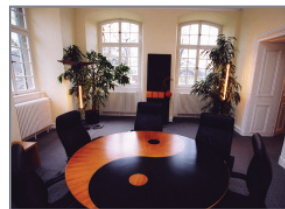
„Ein Raum,  
der sich leicht  
erwärmen lässt,  
wird auch leicht  
kalt.“

Aus Korea



# UNTERNEHMENSSTZ

*Winner/s Edge*





„Es geht darum,  
sich permanent  
selbst  
zu  
überraschen.“

Max Frisch





## PROFIL WOLF W. LASKO

*Winner/s Edge*

### UNTERNEHMEN UND FOKUS

WINNER/S EDGE · Gründer & Geschäftsführer  
Spezialist für Resulting · Resultatorientierte Sales-Projekte

### UNTERNEHMENS-POSITIONIERUNG

WINNER/S EDGE Chore-Geist



1. Strategie-Resulting



2. Innovations-Resulting



3. Sales-Resulting

### ERFAHRUNG

Basis	Volks- und Handelsschule, Drogist, Luftwaffe, Dipl.-Ing., Dipl.-Kfm., Dr. rer. pol.
BBDO/Werbeagentur	Kontakter/kreative Werbestrategien
Mercury/Sales-Beratung	Verkaufs-Berater/trainerorientierte Sales-Projekte
Institut für angewandte Kreativität	Kreativ-Berater/Innovations-Projekte
Winner/s Edge/ Unternehmensberatung	Resulter/resultatorientierte Sales-Projekte

### PRIVAT

Zuhause	Ländlich mitten im Grünen bei Köln
Aktivitäten	Familie, Berge & Meer, Golf 20/40, Barrique-Painting, Möbius Comics, Science-Far, gute Freunde
Interessen	innovative, knifflige Projekte, freundschaftliche Geschäftsverbindungen
Grundhaltung	Neugierde

„Was sind Sie?  
Jemand der übt,  
ein Meister  
zu werden,  
oder  
ein übender  
Meister?“



- ▣ Dr. Wolf W. Lasko
- ▣ +49 (0) 172 2439398
- ▣ wolf@lasko.de
- ▣ www.lasko.de

*Winner/s Edge*

