

Strategie-Studie

KOSTENSENKUNG MIT SYSTEM

Mai 2011

Sehr geehrte Damen,
sehr geehrte Herren,

die Erfahrung lehrt: die nächste Krise kommt bestimmt – aber Kostensparen ist nicht nur ein Thema für kritische Situationen, sondern die Dauerpflcht eines jeden Managers und Unternehmers! Denn die Trends für die nächsten Jahre zeigen auch weiterhin eine eher zurückhaltende Umsatzentwicklung im deutschen Konsumgüterabsatz mit weiterhin enormer **Verschärfung der Wettbewerbssituation**.

Alle Unternehmen setzen im Laufe der Jahre Speck an und Kostensenkungsprogramme werden plötzlich zum A & O aller strategischen Überlegungen. Aber es ist wichtig für die Existenzfähigkeit der Unternehmen, dass nicht einfach die „Rasenmäher-Methode“ herangezogen wird, sondern dass als Erstes eine **strategisch-langfristige Kostenoptimierung** vor allem auch **aus Kundensicht** erfolgt und danach mithilfe **taktisch-kurzfristiger Maßnahmen** eine direkte **Kostensenkung** betrieben wird - es sei denn, das Unternehmen ist bereits in einer existenziellen Krise und eine harte **Sanierung** steht an.

Das sind erste „Einstiegs-Überlegungen“ in das große Thema „Kosten senken – Kosten optimieren“. In meiner aktuellen Studie

KOSTENSENKUNG MIT SYSTEM

ca. 20 strategische Ansätze, 60 - 70 Methoden, Instrumente, Verfahren und hunderte Einzel-Maßnahmen auf über 400 Seiten mit ca. 200 Abbildungen, Übersichten, Checklisten

zeige ich Ihnen auf, mit welchen strategischen Ansätzen und Methoden, mit welchen taktischen einzelnen Maßnahmen und kleinen Schritten Sie die Kosten in Ihrem Unternehmen optimieren und senken können - und das in einer Detailliertheit, wie es wohl bisher auf dem Markt keine zweite Studie gibt! Oder überzeugen Sie mich eines Besseren!?

Lassen Sie sich von diesem Angebot mit der detaillierten Gliederung überzeugen, ich freue mich auf Ihren Auftrag.

Herzliche Grüße aus Köln

Ihr



Ulrich Eggert
Ulrich Eggert Consulting.Köln

PS: Falls Sie Interesse an einem **offen Workshop / Seminar** zu diesem Thema haben: Kreuzen Sie das im Antwortcoupon unverbindlich an!

Vorwort

A. Zur wirtschaftlichen Ausgangslage

- A.1 Verbraucher, Konsum und andere Globalindikatoren
- A.2 Handelsentwicklungen

B. Kein Erfolg ohne Strategie, Planung und Controlling

- B.1 Führung, Planung, Strategie
- B.2 Controlling

C. Erste Überlegungen zur Kostenoptimierung und -senkung

- C.1 Konsequenzen aus der Situation
- C.2 Generelle strategische Aspekte im Umfeld der Kostenoptimierung
- C.3 Durch die Krise gebeutelt?
- C.4 Kostenoptimierung
- C.5 Kosteneinsparungsprojekte
- C.6 Falsches Sparen und andere Probleme
- C.7 Tipps für den Mittelstand

D. 48 ausgewählte Methoden, Instrumente & Verfahren zur Kostensenkung in alphabetischer Reihenfolge

- D.1 ABC-Analyse
- D.2 Abwehr von Preiserhöhungen
- D.3 Anreizsysteme / Vorschlagswesen
- D.4 Ausschreibungen
- D.5 Benchmarking
- D.6 Bereinigung der Produktpalette
- D.7 Bestellstopp
- D.8 Bündelungsmaßnahmen
- D.9 Business Process Reengineering (BPR)
- D.10 Checklist-Techniken
- D.11 „Design To Cost“-Ansätze
- D.12 E-Business
- D.13 Economies of Scale / Größenvorteile
- D.14 E-Procurement
- D.15 Erfahrungsaustausch (Erfa)
- D.16 Gemeinkostenwertanalyse
- D.17 Geschäftsprozessoptimierung
- D.18 Global Sourcing
- D.19 Kaizen / Kontinuierlicher Verbesserungsprozess (KVP)
- D.20 Kaizen Costing
- D.21 Konditionenmanagement
- D.22 Kooperation
- D.23 Kostenplanung mit Kostensenkungszielvorgabe
- D.24 Kundensegmentierung

- D.25 Lean Management
- D.26 Leerkostenanalyse
- D.27 Outsourcing
- D.28 Overhead Cost Reduction
- D.29 Portfolioanalyse
- D.30 Portfoliooptimierung
- D.31 Preis-Benchmarking
- D.32 Prozessglättung
- D.33 Rahmenverträge
- D.34 Rasenmäher-Methode
- D.35 Restrukturierung
- D.36 Reverse Engineering
- D.37 Schwachstellenanalyse
- D.38 Shared Services
- D.39 Single Sourcing
- D.40 Standardisierung
- D.41 Stichprobeninventur
- D.42 Supply Chain Optimierung
- D.43 SWOT-Analyse
- D.44 Vertikalisierung
- D.45 Wertanalyse
- D.46 Working Capital Management
- D.47 Zero-Based-Budgeting
- D.48 Zielkostenrechnung / Target Costing

E. Strategische Ansätze zur Kostensenkung durch Optimierung des Unternehmens

- E.1 Kundenorientierung
- E.2 Optimierung der Finanzen
- E.3 Prozessoptimierung
- E.4 Supply Chain Management (SCM), E-Business und die Optimierung der Wertschöpfungskette
- E.5 Logistik-Optimierung mittels RFID
- E.6 Einkauf & Beschaffung
 - E.6.1 Global & Single Sourcing, E-Procurement
 - E.6.2 Elektronische Marktplätze
 - E.6.3 Beschaffungs Kooperation
- E.7 Innovationen
 - E.7.1 Grundsatzüberlegungen
 - E.7.2 Formate
 - E.7.3 RFID und Techo-Discount
 - E.7.4 Kopplungen und Category Migration
 - E.7.5 Segmentierung und Differenzierung
 - E.7.6 Geschäftsfeldrechnung und -entlohnung
 - E.7.7 Vertragsmanagement
 - E.7.8 Outplacement
- E.8 Kooperation
 - E.8.1 Basics
 - E.8.2 Systembildung
 - E.8.3 Franchise & Co.: Kontraktvertrieb durch

INHALTSVERZEICHNIS (VORLÄUFIG)

„Funktionsauslagerungsverträge“	F.6.3	Mitarbeitermotivation und Mobbing
E.8.4 Vertikalisierung	F.6.4	Details zum Personalbereich
E.8.5 Vertikal-horizontale Kooperationsinitiativen im Vertrieb	F.6.5	Schnell greifende Maßnahmen
E.8.6 Logistik-Kooperationen	F.7	Produktion und Bereinigung des Produktportfolios
E.8.7 Regionale Werbekooperation	F.8	Marketing
E.8.8 Sonstige Kooperationen	F.8.1	Marketing mit kleinem Budget
E.9 Outsourcing und verwandte Aspekte	F.8.2	Weniger Fehler machen
E.9.1 Outsourcing / Shared Services	F.8.3	Mehr-Verkauf an Bestandskunden
E.9.2 Outsourcing Special – Marketing & Vertrieb	F.8.4	Erfolgreiches E-Mail-Marketing
E.9.3 Drop Shipping	F.8.5	Kunden als Multiplikatoren – Empfehlungsmarketing in Zeiten des Social Web
E.9.4 Pay-on-Production	F.8.6	Marken- und Marketing-Kooperation
E.9.5 Total Outsourcing: Hin zum virtuellen Unternehmen	F.8.7	Kostenspardetails zum Marketing
E.9.6 Outgrowing	F.9	Vertrieb & Verkauf
E.9.7 Insourcing und Re-Insourcing	F.9.1	Checkliste Vertrieboptimierung und -Controlling
E.9.8 ASP / SaaS – Nutzen statt Besitzen	F.9.2	Globale Wege zu geringeren Vertriebskosten
E.10 E-Commerce	F.9.3	Besondere Preismodelle
E.11 Exkurs: Preismanagement	F.9.4	Kosten des Außendienstes
E.12 Markenbildung und -führung	F.9.5	Telefonmarketing & Callcenter
E.12.1 Basics	F.9.6	Vertriebskooperation
E.12.2 Handelsmarken	F.9.7	Details zum Vertrieb
E.12.3 Retail Brand / Corporate Branding	F.10	Lagerhaltung & Logistik
E.12.4 Marken- & Marketingkooperation	F.10.1	Basics
E.12.5 Virtualisierung: Bildung einer Netz-geführten Marke (NGM)	F.10.2	Ergänzende Details
E.13 Mitarbeiterorientierung	F.11	Fuhrparkmanagement
F. Maßnahmen zur direkten, eher taktisch-operativen Kostenreduktion in einzelnen Geschäftsbereichen	F.12	Travelmanagement
F.1 Unternehmensführung	F.13	Facility Management
F.1.1 Basics	F.14	Energiekosten
F.1.2 Berater-Einsatz	F.15	Entsorgung
F.1.3 Detailvorschläge	F.16	Versicherungen
F.2 Verwaltung / Organisation / Buchhaltung / Controlling	F.17	Interne Services
F.3 Finanzen	F.18	Sonstige Kosten-Überlegungen
F.4 Beschaffung & Einkauf	G. Krisen und ihre Bewältigung	
F.4.1 Vorüberlegungen für harte Zeiten	G.1	Sanierung – der Weg aus der Krise
F.4.2 Schwerpunkte der Kostenreduktion in harten Zeiten	G.2	Liquiditätssicherung
F.4.3 Grundsätzliches zur „Nicht“-Handelsware / C-Artikeln und Zusatzkosten	G.3	Wie lässt sich die Vertriebssteuerung in Krisenzeiten effektiv gestalten?
F.4.4 Einsparmöglichkeiten im Detail	G.4	Insolvenz & Neustart
F.5 IT	G.5	Checkliste zur Kommunikation in Krisenzeiten
F.5.1 Überlegungen für den Mittelstand	H. Vermeidung von Ertragsaufällen	
F.5.2 Cloud Computing	I. Risikomanagement	
F.5.3 Kostensenkung in Rechenzentren		
F.6 Personalbereich		
F.6.1 Personalplanung als Ausgangsmodell		
F.6.2 Vermeidung von Entlassungen		

**Ca. 500 Seiten und über
200 Abbildungen/Charts**

AUFTRAGSCOUPON

ULRICH EGGERT CONSULTING.Köln

Ulrich Eggert
An der Ronne 238
50859 Köln

 **Telefax: 02234 9 48 95 33** 
Telefon: 02234 94 39 37
E-Mail: mail@ulricheggert.de
Internet: www.ulricheggert.de

Strategie-Studie

KOSTENSENKUNG MIT SYSTEM

Hiermit bestellen wir zur sofortigen Lieferung (ab 15. Mai 2011) ein Exemplar der o. g. Studie zum Preis/in der Version (bitte ankreuzen):

	Bei Bestellung bis zum 27.06.2011	Bei Bestellung ab dem 28.06.2011
• als Download	<input type="checkbox"/> 685,00 €	<input type="checkbox"/> 850,00 €
• als CD-ROM	<input type="checkbox"/> 685,00 €	<input type="checkbox"/> 850,00 €
• als individueller Farbdruck, gebunden, inkl. CD-ROM	<input type="checkbox"/> 785,00 €	<input type="checkbox"/> 950,00 €
• Außerdem alle Charts als offene Powerpoint-Präsentation für den eigenen Gebrauch für zusätzlich	<input type="checkbox"/> + 100,00 €	<input type="checkbox"/> + 145,00 €

Jeweils zzgl. gesetzl. MwSt. (derzeit 19%).

Kennung:

Der Rechnungsbetrag ist abzugsfrei nach Lieferung und Rechnungserhalt sofort fällig.

Bitte liefern Sie an folgende Anschrift:

Vor- und Zuname: _____

Firma: _____

Abteilung/Stellung: _____

Straße: _____

PLZ + Ort: _____

Telefon: _____

E-Mail: _____

Datum

Unterschrift



- Wir haben unverbindlich Interesse an einem **offenen Workshop / Seminar** zum Thema »Kosten optimieren - Kosten sparen« und bitten um Ihr Angebot.
- Bitte senden Sie uns Informationen über Ihre anderen Veröffentlichungen.