

Beratungsleistungen



Berater und Coach Dipl.-Ing. Laurenz Kordt

Qualität allein reicht längst nicht mehr aus, um im Verdrängungswettbewerb den Unternehmenserfolg zu sichern.

- Wer nicht auffällt, fällt weg.
- Was nützt es, gut zu sein, wenn es niemand weiß?
- Was nützt es besser zu sein, wenn andere sich besser verkaufen?

Es gib zwei Möglichkeiten: **Differenzieren oder Verlieren!**

Nur mit der richtigen Positionierung und einem „**unwiderstehlichen**“ Angebot lassen sich Aufmerksamkeiten, Begehrlichkeiten, Bekanntheitsgrad und Aufträge gewinnen.

Meine Berufsausbildung

Studium an der Bergische Universität Gesamthochschule Wuppertal (BGHW)
Maschinenbau, Druck und Betriebswirtschaft. Weitere Zertifikate als REFA-Techniker, Schallschutztechnik und Scannertechnik.

Meine besonderen Kenntnisse

Seit über 30 Jahren Kundenberatung aus den Bereichen Technik, Handel und Dienstleistung auf dem Gebiet Innovation, techn. Vertrieb und Markenkommunikation Softwareentwicklung einer CRM-Lösung, App-Entwicklung für die Bereiche Haustechnik und New Business, Shop-Entwicklung für den Bereich Haustechnik und Heiztechnik, Datenbank-Entwicklung für die Bereiche E-commerce und Web, PIM

Berater; Personalentwicklung und Qualifizierung im Bereich Fachkräftebedarf, Organisationsentwicklung

Ich bin gelisteter Berater von folgenden Förderprogrammen:

- kfw Bank für das Programm "Förderung des unternehmerischen KnowHows (FuK)"
- (BAFA-ID: 140901)
- Potentialberatung in NRW
- BMWi Berlin für das Modul go-inno
- Beratungsprogramm Wirtschaft
- Beratungsprogramm iPRO-N

1. Managementberatung von Kordt-Consult

Businessplan Unternehmen:

1. Management
2. Produkt und Kundennutzen
3. Markt und Wettbewerb
4. Marketing und Vertrieb
5. Geschäftsmodell und Organisation
6. Das Unternehmerteam
7. Realisierungsfahrplan
8. Chancen und Risiken

Finanzplanung des Businessplan:

- Kapitalbedarfsplan
- Finanzierungsplan
- Rentabilitätsvorschau
- Liquiditätsplan

2. Professionelle Digitalberatung

Der Bereich Digital ist seit vielen Jahren der Motor für gesellschaftliche, kulturelle und wirtschaftliche Veränderungen. Berührungspunkte, digitale Prozesse oder Services haben längst alle Aspekte der Wertschöpfung in einem Unternehmen durchdrungen und somit radikal verändert. Zentraler Bestandteil der Projekt-Startphase ist das Erkennen und Verstehen von Bedürfnissen und Motiven der Endkunden. Wir analysieren die Meinungen und Einstellungen der Kunden und formulieren diese in ein Strategieziel. Wir kümmern uns um ihre digitale Herausforderung und helfen Ihnen die für Ihr Unternehmen in diesem Veränderungsprozess bedeutenden Entscheidungen zu treffen.

3. Fitness-Check für ihr Unternehmen

Unternehmen sind unterschiedlich fit.

Lernen Sie mit dieser Beratung die Faktoren kennen, die den Erfolg Ihres Unternehmens bestimmen. Profitieren Sie auch von meiner langjährigen Erfahrung und Kompetenz als Fördermittel-Experte. Durch die regelmäßige Teilnahme an Schulungen bin ich stets auf dem neusten Stand, welche Vorhaben vom Staat gefördert werden und welche Förderrichtlinien gelten. Dadurch bin ich in der Lage die Realisierungswahrscheinlichkeit Ihres Projektes einzuschätzen.

4. Digitale Transformation

Digitale Unternehmensentwicklung.

Vernetztes Denken, Flexibilität und sich ständig ändernde Organisation. Wo noch gestern noch alleine die Mitarbeiter des Unternehmensbereiches Öffentlichkeitsarbeit für die Außendarstellung Ihres Unternehmens verantwortlich waren, ist heute fast jeder ihrer Mitarbeiter online-Repräsentant Ihres Unternehmens. Social Media und Web 2.0 machen es möglich: Viele ihrer Mitarbeiter sind mit ihren Privatprofilen mit Businessinformationen bereits auf Networking-Seiten wie Facebook, Xing, LinkedIn oder den Lokalisten aktiv. Nutzen Sie die Möglichkeiten dieses neuen Zeitalters: Internet, e-Learning, Networking, Sharing, Publishing... für Ihre Unternehmensentwicklung und Unternehmenskommunikation. Fragen Sie uns einfach, wie Sie diese und viele andere Angebote für Ihre Unternehmensentwicklung und Unternehmenskommunikation sinnvoll nutzen können.

5. Employer Branding

Die Mitarbeiter zu Botschaftern der Unternehmensmarke machen.

Um erfolgreich eine Marke zu positionieren, müssen Ihre Mitarbeiter die Markenwerte leben. Die Mitarbeiter müssen wissen, wofür die Marke steht und dieses nach außen transportieren. Daher vermitteln wir im Internal Branding den Mitarbeitern das nötige Markenverständnis. Wird die Markenidentität von den Mitarbeitern nicht verstanden, wird sie falsch oder gar nicht nach außen getragen. Wir machen Ihre Mitarbeiter zu Botschaftern Ihrer Marke. So wird die Identifikation mit dem Unternehmen gesteigert – ein unverzichtbarer Bestandteil für Ihre Unternehmensmarke.