

unsere Vision

Nur wer ein Bild davon hat wie etwas werden wird, hat unterwegs die nötige Leitlinie und Kraft mit Freude dahin zu kommen. Hätte zum Beispiel das Team von Piccard nicht die Vision eines um die Welt fliegenden Solarflugzeuges gehabt, wäre höchstens ein Solarflieger entstanden... Wirklich Spass hätte es keinem gemacht. Die Vision ist ein motivierendes Ziel-Bild dessen, wo unser Weg hinführt.



Was ist unsere Vision?

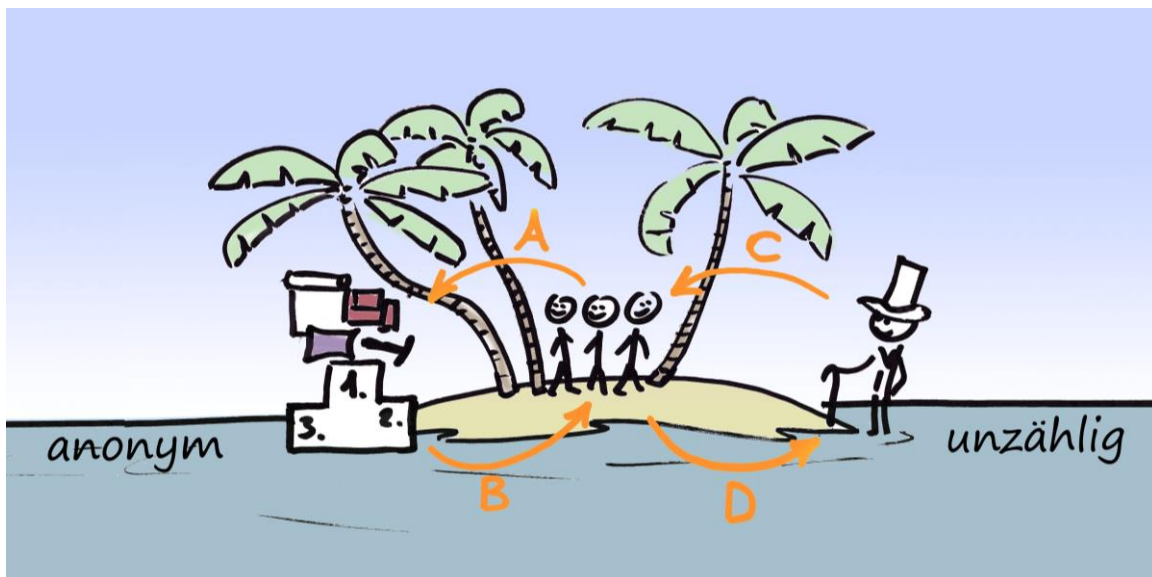
Wir werden eine **Insel** sein – in einem unendlich weiten Meer von **unzähligen anonymen** Angeboten.

- «**unzählige**» weil die Möglichkeiten heute explodieren – und man ein Leben lang Dinge ausprobieren könnte, ohne je auch nur in die Nähe dessen zu kommen was für einem ideal gewesen wäre
- «**anonym**» weil 100'000 Webshops und Firmen jedem ihre Ware verkaufen wollen, ohne zu überlegen, ob das für den Kunden überhaupt das richtige ist.

- Eine «**Insel**» im Sinn von: Nicht einfach auch ein Kubikmeter Wasser im Meer sein wie alle anderen – sondern ein Ort eines **erfreulich anderen Erlebnisses**.

Im Bild erklärt

Wir sind die Bewohner dieser Insel. Links sind die besten Produkte. Wir fischen sie aus dem «Meer» der heutigen Möglichkeiten. Rechts ist der Kunde. Er ist aus der Zielgruppe und ein Original wie jeder Mensch eines ist. Worin besteht nun genau das **erfreulich andere Erlebnis**? A, B, C, D zeigt es auf:



doppelte Freude für uns

A

Es ist für uns immer wieder ein freudiges Erlebnis mit den **besten Möglichkeiten von heute** zu arbeiten. Wir müssen nicht wie ein Vertreter von MHZ ein Plissé verkaufen, das weder besonders gut noch besonders günstig ist. Sondern wir sind immer auf der Suche nach den besten Möglichkeiten und Produkten und setzen genau diese ein. So macht es Spass. Gerade auch, weil es heute in der Tat erstaunlich Gutes gibt.

B

Es ist zusätzlich ein freudiges Erlebnis für uns, diese besten Möglichkeiten von heute auch **passend für den Kunden** einsetzen zu dürfen. Wir müssen nicht sagen: «wir produzieren halt das» – und es dann jedem aufs Auge drücken. Sondern wir erforschen die Bedürfnisse des Kunden genau, lernen so eine spannende Persönlichkeit kennen und verstehen darum auch, was er wirklich sucht. Und so liefern wir dann nicht irgend ein Produkt – sondern die passende Lösung.

doppelte Freude für den Kunden

C

Für den Kunden ist es ein freudiges Erlebnis bei uns **auf jemand zu stossen, der sich wirklich für ihn interessiert**. Sonst wird er oft ohne Interesse an seiner Person und seinen Bedürfnissen anonym abgefertigt. Eine blinkende Internetwerbung sagt ihm: «kauf! – es ist günstig!» Umso mehr freut er sich, wenn er bei uns merkt: «Da ist jemand der sich für mich interessiert! Das ist kein Verkäufer, sondern mein persönlicher Einkaufsberater. Er hilft mir wirklich weiter.

D

Schlussendlich ist es für den Kunden noch ein zusätzliches freudiges Erlebnis, **eine richtige Lösung zu erhalten – genauso wie es zu ihm passt!** Ganz gemäss den Wert: „Jeder kommt ganz einfach weiter wenn er fast alles weglässt, nur das wesentliche tut, das dafür einmal und richtig“. Sonst erhält er heute häufig einfach ein Produkt verkauft, ohne dass es wirklich zu ihm passt. Es bedeutet ihm darum umso mehr, bei uns auf die besten Möglichkeiten zu stossen – und diese dann noch genau auf sich angepasst zu erhalten.

Unser Wirken darf also dahin führen, dass unsere Tätigkeit für uns und den Kunden ein freudiges Erlebnis ist: Für uns ein freizeitähnliches Vergnügen im Alltag – für den Kunden ein freudiges Erlebnis in der Freizeit. Es schwebt mir vor, dass wir eine Insel sein werden im weiten Meer der unzähligen und anonymen Angebote. Eine Insel eines in jeder Hinsicht freudigen Erlebnisses. – Sind Sie dabei?