

■ **The assumptions, tools and frameworks that leaders have used to make decisions over the past decade appear inadequate.** Klaus Schwab, WEF 2006

Orientierung und Navigation – ein Kompass.

Hinter jedem Käufer steckt ein Mensch. Das Wahrnehmen von Bedürfnissen jenseits der reinen Produktleistung, das Aufbauen von Leistungspartnerschaften, das Etablieren von Netzwerken und das Entwickeln von Kooperationsmodellen sind die entscheidenden Kernkompetenzen und SEPs der Zukunft. Nicht über den Preis zu verkaufen, sondern über den Nutzen, das ist die Anforderung schlechthin – für das gesamte neue wirtschaftliche System.

www.isg-institut.ch