

PowerPoint won't save the world!

„Alleine schon die Gespräche und Reflexionen, die mit der Erstellung verbunden sind, waren äußerst wertvoll.“

Christoph Kahlen
Thüga Aktiengesellschaft, München



Schneller auf den Punkt

Für neue Herausforderungen braucht man neue Werkzeuge. Die digitale Veränderung von Geschäftsmodellen hat in einem bisher nicht gekannten Tempo bewährte Erfolgsrezepte außer Kraft gesetzt.

Welche neuen Anforderungen stellen Transformation und Disruption? Unternehmen und Marken brauchen zukünftig zwei Qualitäten: **Inhaltliche Klarheit und Agilität.**

Die größte Gefahr
in Zeiten des Umbruchs
ist nicht der Umbruch selbst,
sondern ihm mit
veralteter Logik zu begegnen.

Peter Drucker, US-amerikanischer Ökonom,
Pionier der modernen Managementlehre

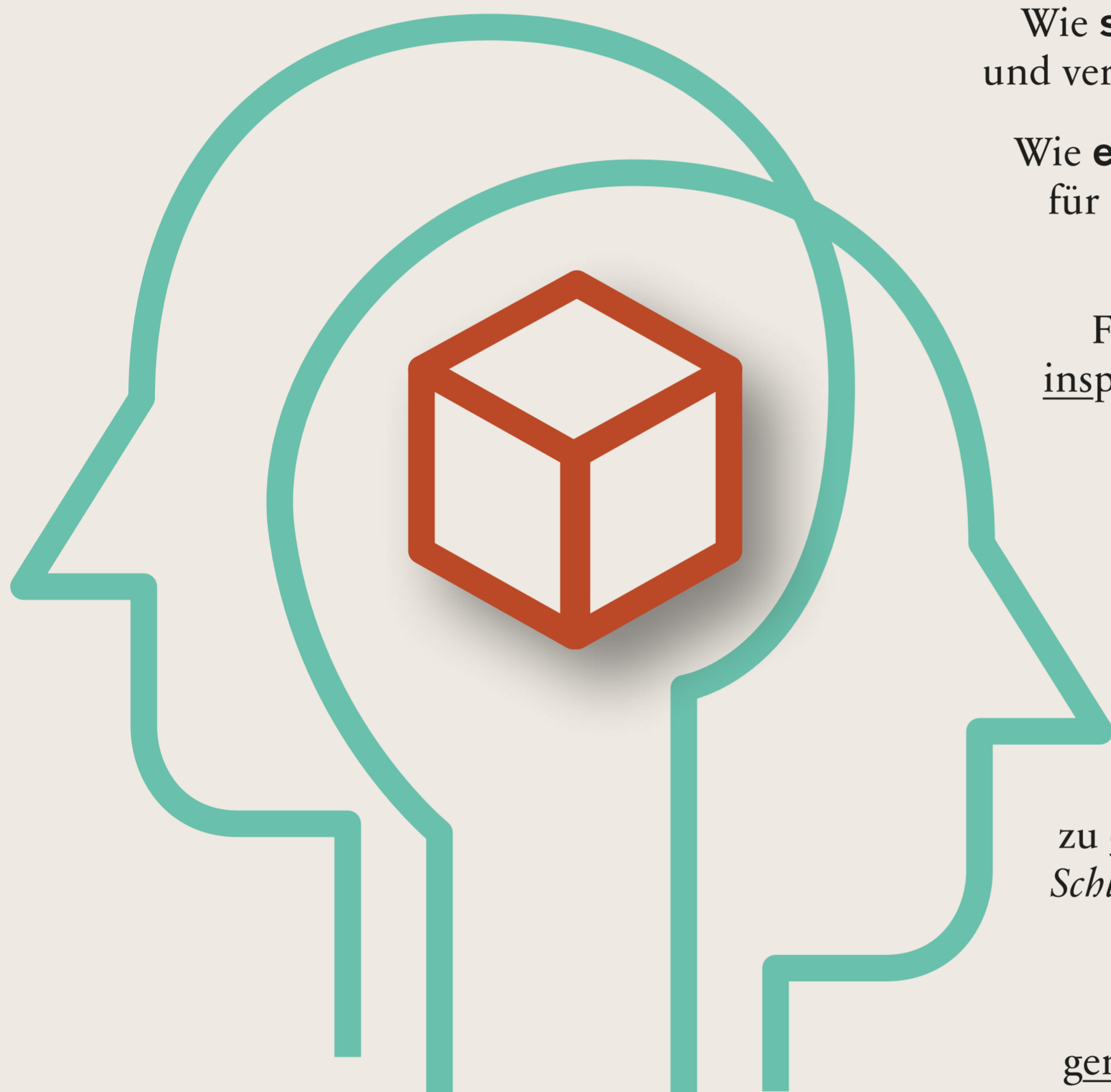
Wandel selbst gestalten

Unternehmen verwenden heute noch immer viel Zeit mit langwierigen und unpräzisen Projekten zur Strategieentwicklung. Die Erklärung und Vermittlung von Strategien kommt oftmals viel zu kurz. Denn: Der Wettbewerbsvorteil liegt zukünftig in der Antwort auf die Frage, wie schnell Unternehmen die **eigenen Kräfte zur Selbsterneuerung** freisetzen können.

Organisationen mit ambitionierten Zielen brauchen dafür neue Partner aus Beratung, Design und Kommunikation. Partner, die ohne Umwege und mit klarem Sachverstand maßgeschneiderte Lösungen mit dem Kunden entwickeln. Genau dafür sind **neue Formen der Zusammenarbeit mit innovativen Instrumenten** notwendig.



Das Bigger Picture- Prinzip:



Ihr Strategie-
instrument
für Ihre
digitale
Zukunft.

„Die Schärfung der Marke ÖBB war zentraler Bestandteil des Turnarounds und hat einen wichtigen Beitrag zur Steigerung der Kundenzufriedenheit geleistet.“

Dr. Kristin Hanusch-Linser
Chief Communication & Marketing Officer ÖBB-Holding AG, Wien
Zukunftsprogramm „FIT 2015“ und Markenarchitektur, ab 2011

**Wir finden mit Ihnen
Antworten auf Fragen wie:**

Wie **vermitteln** wir überzeugend unsere neue Strategie?

Wie sieht der **rote Faden** für unsere Kommunikation und Markenführung aus?

Wie **schärfen** wir unsere Positionierung und vereinfachen unsere Markenarchitektur?

Wie **erklären** wir, welche Veränderungen für unseren Zukunftskurs nötig sind?

Wie **gestalten** wir unsere Führungskräfte-Tagung und den inspirierenden Vortrag unseres CEOs?

**Gemeinsam
erreichen wir damit:**

KLARHEIT:

Lose Enden werden zu einer Story zusammengebunden:
Schluss mit Interpretationsspielräumen!

VERBINDLICHKEIT:

Vorhandene Inhalte werden gemeinsam gesichtet und geordnet:
Das Projektteam wird Teil der Lösung!

DURCHSETZUNG:

Berücksichtigung von Stakeholderinteressen eliminiert Widerstände bei der Vermittlung:
Zukunftsarbeit mit Handschlagqualität!

„Mit der Positionierungslandkarte konnten wir komplexe Strategieinhalte in einem Querverbundunternehmen verdichten und auf einen Blick darstellen.“

Daniel Schafer
CEO von Energie Wasser Bern

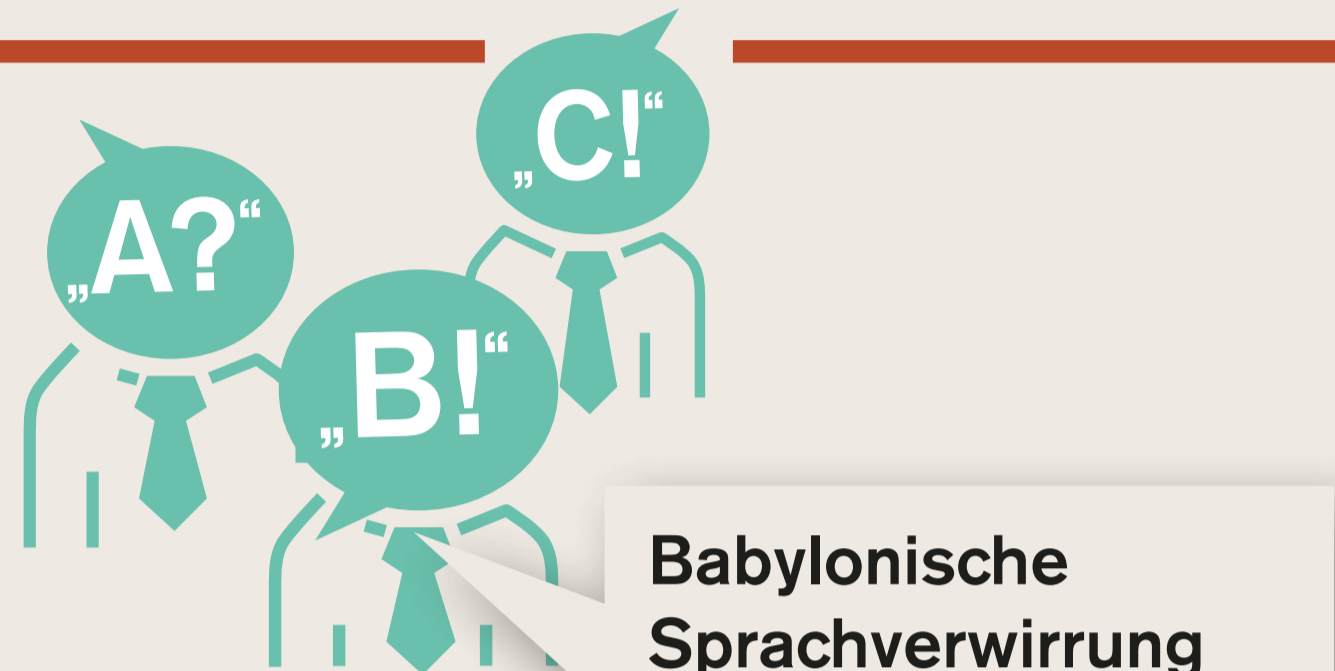


So verschaffen Sie sich Klarheit:

1

Die Herausforderung

Welchen Fragen wir immer wieder begegnen:

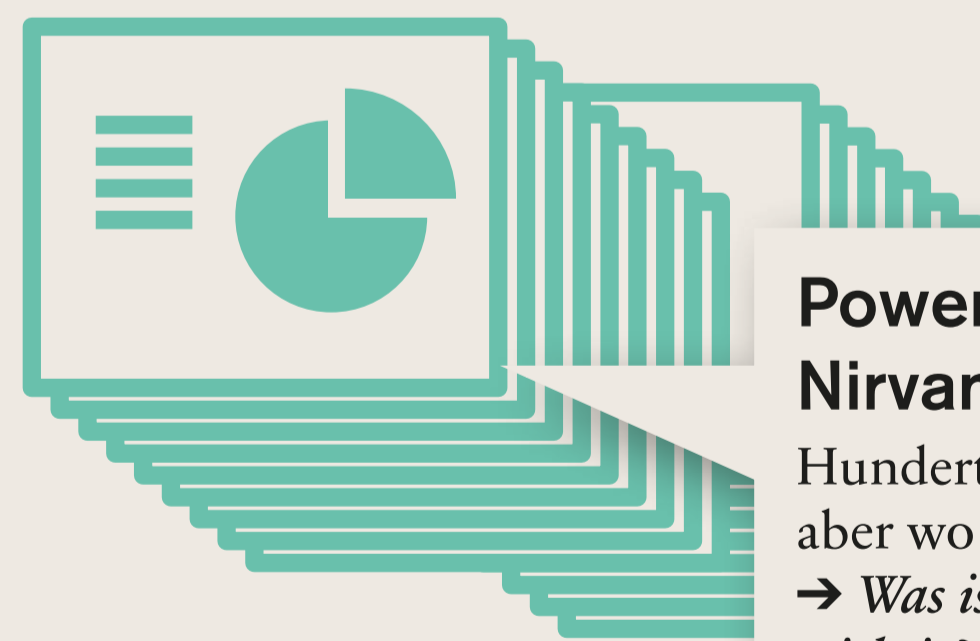


Babylonische Sprachverwirrung

Jeder versteht die Strategie irgendwie anders.
→ Was ist unsere Story?

Prozess-Chaos

Viele lose Enden, die zu einer Erzählung verknüpft werden müssen:
→ Was verändert sich? Was bleibt?



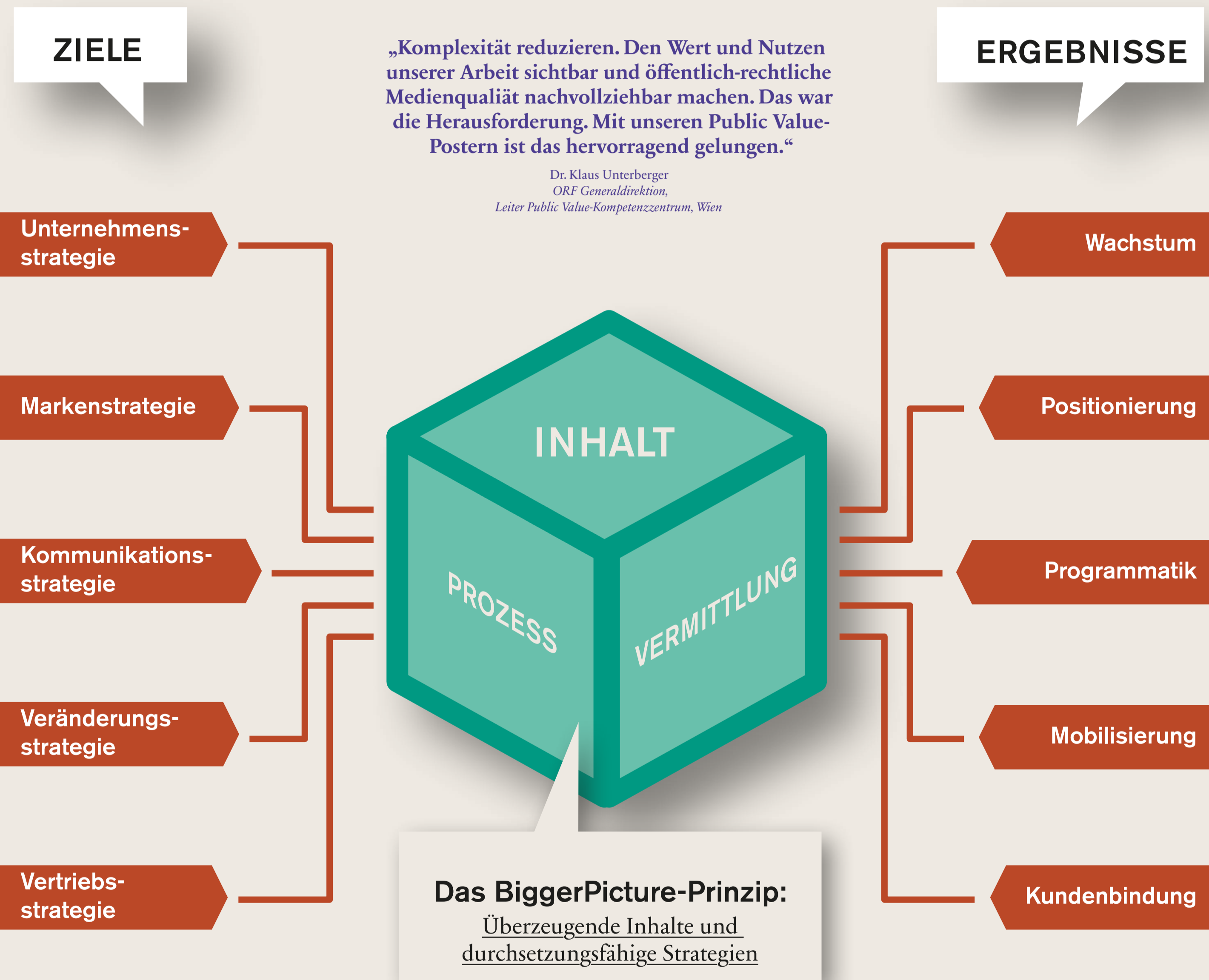
PowerPoint-Nirvana

Hunderte Folien, aber wo ist der Sinn?
→ Was ist wirklich wichtig?

2

Der neue Lösungsansatz

Wie wir abstrakte Ziele in überzeugende Inhalte und wirkungsvolle Instrumente transformieren:



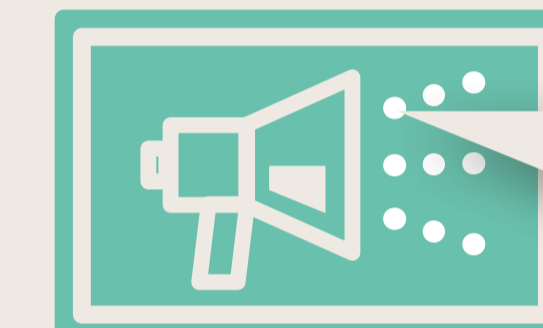
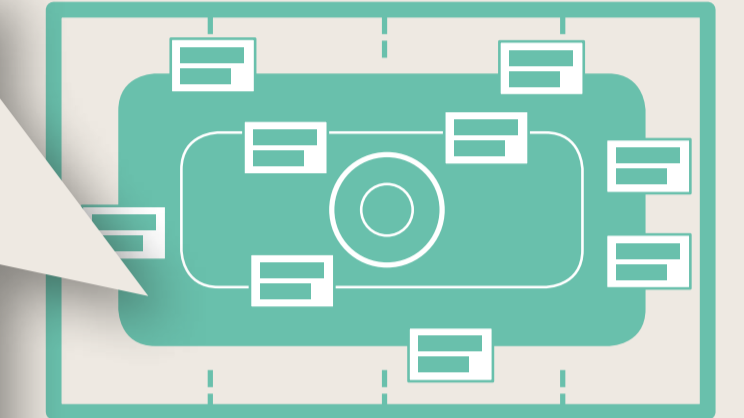
3

Die Formate

Wie wir Strategien vermitteln:

Strategie-landkarte

Positionierung und Marke – klar, geordnet und auf einen Blick erfassbar.



Masterplan & Kampagnen

Durchdacht, wirkungsvoll mit überraschender Dramaturgie.

Publikationen
Vertiefend, formal flexibel und haptisch ansprechend.



Audio & Video

Einfach, verständlich und emotional involvierend.

Web & Mobile Content

Aktuell, interaktiv und mit variabler Kommunikationstiefe.



Neuartige Zusammenarbeit zwischen Kunde und Agentur
Konzentration auf strategische Inhalte
Fahrplan mit Vermittlungsfokus

Gemeinsames Verständnis der Strategie
Stärkung der Selbsterneuerungskräfte
(Digitale) Transformation der Geschäftskultur

Verstärkung des Zukunftskurses
Erreichen von Veränderungszielen
Steigerung des Markenwertes

Das BiggerPicture-Poster® ist eine neuartige, multivisuelle Methode zur Ordnung, Entwicklung und Vermittlung von zukunftsichtigen Strategien, Inhalten und Themen.

Eine Story! Auf einen Blick!

*Möchten Sie mehr über die Potenziale und Best Practice-Beispiele erfahren?
Bitte kontaktieren Sie uns:*

Klaus Lintemeier
+49.172.5441262
kl@bigger-picture.eu

Ralf Herms
+43.699.19436917
rh@bigger-picture.eu

Ein Produkt von

LINTEMEIER
ADVISORS



Rosebud

Designing strategies to transform your business.

Büro Deutschland: Am Waldspitz 1, D-81375 München
Büro Österreich: Salmgasse 4a, A-1030 Wien