

© THE SOKRATES MAP CONCEPT

Landor erkennt punktgenau, was der Kunden braucht, kann daher Aufwand sparen und den Kunden zudem zu mehr Erfolg führen.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> OK, stabil gut und positiver Trend | <input type="checkbox"/> Übererfüllung, irritierend gut |
| <input type="checkbox"/> Probleme, Trend unklar, Monitoring nötig | <input type="checkbox"/> Noch nicht eingeschätzt, unklar |
| <input type="checkbox"/> Grosse Probleme, Verbesserung dringend | <input type="checkbox"/> Derzeit (noch) nicht relevant |
| <input type="checkbox"/> <u>Gefährlich für das System, sofort eingreifen</u> | <input type="checkbox"/> Idee, Vision, Projekt entwickeln |

Wirkungspakete

- WP1 WP2
WP3 WP4
WP5

Mission von Landor Hamburg

Den Kunden schnell und im Detail verstehen.

~~Dem Kunden visuell aufzeigen, wie die Wirkungen sein werden.~~

Sokrates Tools

Automobil
Verkaufschannelpap

~~Benchmark Map BMW
zu Mercedes~~

Panel Map basierend
auf GfK, Nielsen, etc.
Daten

ggf. automatische Schnittstelle zu SAP

Marketing Map

~~Key Account Mgmt
Maps~~

Analogie zu Saatchi and Saatchi

test

test

test

test

Projekte

BMW
Verkaufsch
Performance

Protokoll

Erste Telkos

test

test