

# SCALING UP GROWTHTOOLS™

ONE-PAGE TOOLS ZUM AUSBAU DES UNTERNEHMENS

---

- **PEOPLE:** One-Page Personal Plan (OPPP)  
**PEOPLE:** Function Accountability Chart (FACe)  
**PEOPLE:** Process Accountability Chart (PACe)
- **STRATEGY:** STÄRKEN, SCHWÄCHEN, TRENDS (SST)  
**STRATEGY:** Die 7 Facetten der Strategie  
**STRATEGY:** Strategieplan  
**STRATEGY:** Zusammenfassung Vision
- **EXECUTION:** Wer, Was, Wann (Aktionsplan))  
**EXECUTION:** Rockefeller Habits Checklist™
- **CASH:** Cash-Optimierungs-Strategien  
**CASH:** Die Macht der kleinen Schritte

PEOPLE

STRATEGY

EXECUTION

CASH

# Scaling Up 4D Framework Echte Ergebnisse

Eine erprobte Führungssystematik, die sich weltweit bereits bei tausenden von Unternehmen bewährt hat, um echte Ergebnisse zu erzielen..

## 1 **Driver: Der Beschleuniger und Coach**

Coaching – Berater, Consultants, Coaches  
Learning – Kontinuierliches Weiterbilden  
Technology – Verbindliche Umsetzungssteuerung

## 2 **Demands: Die Treiber und Balance**

People (Reputation) – Mitarbeiter, Kunden, Gesellschafter  
Process (Productivity) – Make/Buy, Verkaufen, Erfassen/Dokumentieren

## 3 **Disciplines: Routinen und Regeln**

Priorities – Das Eine Wichtigste  
Data – Qualitativ/Quantitativ  
Meeting Rhythms – täglich, wöchentlich, monatlich, jährlich

## 4 **Decisions: Die richtigen Fragen**

People – Freude/Verantwortlichkeit  
Strategy – Umsatz/Wachstum  
Execution – Gewinn/Zeit  
Cash – Sauerstoff/Optionen

## **!** **Ergebnis**

**2x Cash-Flow • 3x Profitabilität • 10x Bewertung • Mehr Zeit!**

Name: \_\_\_\_\_

Datum: \_\_\_\_\_

		Beziehungen	Leistungen	Alte/Neue Traditionen	Vermögen (€)
GLAUBEN	10-25 Jahre (Wünsche/ Bestrebungen)				
FAMILIE	1 Jahr (Vorstöße)				
FREUNDE		Start	Start	Start	Start
FITNESS	90 Tage (Aktionen)	Stopp	Stopp	Stopp	Stopp
FINANZEN					

- 1 Nennen Sie die Person, die für die jeweilige Position verantwortlich ist.
- 2 Stellen Sie die 4 Fragen unten auf der Seite.
- 3 Welche Ziele verfolgt die einzelne Position?
- 4 Nehmen Sie Ihre G&V, Bilanz und Cash-Flow-Statement und ordnen Sie jeder Zeile eine Person zu, dann leiten Sie entsprechende Ergebnis-/Kontrollindikatoren für jede Position ab.

Rolle/Position	1 Verantwortliche Person	3 Ziele/Frühindikatoren (Schlüsselkennzahlen)	4 Ergebnis/Kontrollindikatoren (G&V oder Bilanz)
Unternehmensleitung (CEO)			
Vertrieb & Marketing			
Vertrieb			
Marketing			
Produktion und Fertigung			
Produktion			
Forschung & Entwicklung			
Finanzen & Rechnungswesen			
Finanzierung			
Controlling			
HR/Lernen/Mitarbeiter			
Information Technology			
Kundenzufriedenheit			
Leiter Geschäftsbereiche			
• _____			
• _____			
• _____			
• _____			

**2 Achten Sie auf:** 1. Mehr als 1 Person auf einer Position? 2. Eine Person auf mehr als 2 Positionen? 3. Unbesetzte Positionen? 4. Begeisterte Neueinstellungen?



## Trends

Was sind die signifikanten Veränderungen in Technologie, Vertrieb, Produktinnovationen, Markt-, Kunden- und sozialen Trends in der Welt, die unser Geschäft beeinflussen könnten?

## Stärken/Kernkompetenzen

Welches sind die inneren Stärken unserer Organisation, die unseren Erfolg ausmachen?

## Schwächen

Welches sind die inneren Schwächen unserer Organisation, die sich nicht so schnell verändern?

**Worte, die wir „besitzen“**

**Spielwiese (Sandbox) und Nutzenversprechen**

Wer/Wo (Zielkunden)	Was (Produkt und Service)	Nutzenversprechen	KPIs

**Garantie bezüglich Nutzenversprechen (Katalytischer Mechanismus):**

**Strategie in EINEM Satz (Schlüssel, um Geld zu verdienen):**

**Aktivitäten/Prioritäten (3-5):**

**Faktor X (10-100facher Vorteil):**

**Gewinn pro X (Economic Engine):**

**BHAG\* (10- bis 25-Jahresziel):**

*\*BHAG ist eine eingetragene Marke von Jim Collins und Jerry Porras.*

## People (Reputations-Treiber)

*Mitarbeiter*

*Kunden*

*Gesellschafter*

- |          |          |          |
|----------|----------|----------|
| 1. _____ | 1. _____ | 1. _____ |
| 2. _____ | 2. _____ | 2. _____ |
| 3. _____ | 3. _____ | 3. _____ |

EINSTELLUNGEN/PRINZIPIEN (So „ticken“ wir/nicht)	SINN UND ZWECK (Warum gibt es uns?)	ZIELE (3-5 JAHRE) (Wo wollen wir hin?)	SACHZIELE (1 JAHR) (Was tun wir kurzfristig dafür?)																													
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Datum</td><td></td></tr> <tr><td>Umsatz</td><td></td></tr> <tr><td>EBIT</td><td></td></tr> <tr><td>Rendite</td><td></td></tr> </table> <p style="text-align: center;"><b>Sandbox</b></p>	Datum		Umsatz		EBIT		Rendite		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Geschäftsjahr</td><td></td></tr> <tr><td>Umsatz</td><td></td></tr> <tr><td>EBIT</td><td></td></tr> <tr><td>Rendite</td><td></td></tr> <tr><td>FCF</td><td></td></tr> <tr><td>Lagerumschlag</td><td></td></tr> <tr><td>Umsatz/Mitarbeiter</td><td></td></tr> <tr><td>Kundenzufriedenheit</td><td></td></tr> <tr><td>Neukunden</td><td></td></tr> </table>	Geschäftsjahr		Umsatz		EBIT		Rendite		FCF		Lagerumschlag		Umsatz/Mitarbeiter		Kundenzufriedenheit		Neukunden				
		Datum																														
		Umsatz																														
EBIT																																
Rendite																																
Geschäftsjahr																																
Umsatz																																
EBIT																																
Rendite																																
FCF																																
Lagerumschlag																																
Umsatz/Mitarbeiter																																
Kundenzufriedenheit																																
Neukunden																																
<p><b>Aktivitäten</b> <i>Wie leben wir Haltung, BHAG®, Zweck</i></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 5%;">1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td></td></tr> </table>	1		2		3		4		5		<p><b>Vorstöße/Aktionen</b> <i>3-5 Jahres Vorstösse</i></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 5%;">1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td></td></tr> </table>	1		2		3		4		5		<p><b>Hauptinitiativen</b> <i>1 Jahres Prioritäten</i></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 5%;">1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td></td></tr> </table>	1		2		3		4		5	
1																																
2																																
3																																
4																																
5																																
1																																
2																																
3																																
4																																
5																																
1																																
2																																
3																																
4																																
5																																
<p><b>Gewinn pro X</b></p>	<p><b>Kennzahl zum Nutzenversprechen</b></p>	<p><b>Entscheidende Kennz.: People oder Bilanz</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #006400; border: 1px solid black;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #90EE90; border: 1px solid black;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #FFD700; border: 1px solid black;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #FF0000; border: 1px solid black;"></div> </div> <p style="font-size: small; text-align: center;">zwischen grün und rot</p>																														
<p><b>BHAG®</b></p>	<p><b>Nutzenversprechen</b></p>	<p><b>Entscheidende Kennz.: Prozess oder G&amp;V</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #006400; border: 1px solid black;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #90EE90; border: 1px solid black;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #FFD700; border: 1px solid black;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #FF0000; border: 1px solid black;"></div> </div> <p style="font-size: small; text-align: center;">zwischen grün und rot</p>																														

**Stärken/Kernkompetenzen**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**Schwächen**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

BHAG ist eine eingetragene Marke von Jim Collins und Jerry Porras.

Ihr Name:

Datum:

## Process (Produktivitäts-Treiber)

### Make/Buy

### Vertrieb

### Rechnungswesen

- |          |          |          |
|----------|----------|----------|
| 1. _____ | 1. _____ | 1. _____ |
| 2. _____ | 2. _____ | 2. _____ |
| 3. _____ | 3. _____ | 3. _____ |

AKTIONEN (QUARTAL) (Wie machen wir das?)	MOTTO (QUART./JAHR)	IHRE VERANTWORTUNG (Wer/Wann?)																																																																							
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Quartal</td><td></td></tr> <tr><td>Umsatz</td><td></td></tr> <tr><td>EBIT</td><td></td></tr> <tr><td>Rendite</td><td></td></tr> <tr><td>FCF</td><td></td></tr> <tr><td>Deb. Ziel</td><td></td></tr> <tr><td>Lagerumschlag</td><td></td></tr> <tr><td>Umsatz/Mitarbeiter</td><td></td></tr> <tr><td>Neukunden</td><td></td></tr> </table> <p style="text-align: center;"><b>Rocks/Quartals-Prioritäten</b> Herausforderungen/Steine, die wir aus dem Weg räumen müssen <span style="float: right;">Wer</span></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 5%;">1</td><td style="width: 75%;"></td><td style="width: 20%;"></td></tr> <tr><td>2</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td></td><td></td></tr> </table>	Quartal		Umsatz		EBIT		Rendite		FCF		Deb. Ziel		Lagerumschlag		Umsatz/Mitarbeiter		Neukunden		1			2			3			4			5			<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Deadline:</td><td></td></tr> <tr><td>Messbares Ziel/Entscheidende Kennz.</td><td></td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: center;"><b>Titel des Mottos</b></td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: center;"><b>Skizze Scoreboard</b> Skizzieren Sie hier, wie die Anzeigentafel aussehen könnte</td></tr> </table>	Deadline:		Messbares Ziel/Entscheidende Kennz.		<b>Titel des Mottos</b>		<b>Skizze Scoreboard</b> Skizzieren Sie hier, wie die Anzeigentafel aussehen könnte		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;"><i>Ihre Ziel-Kennzahl</i></td> <td style="text-align: center;"><i>Ziel</i></td> </tr> <tr><td style="text-align: center;">1</td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">2</td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">3</td><td></td><td></td></tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;"><i>Ihre Quartals-Prioritäten</i></td> <td style="text-align: center;"><i>Wann</i></td> </tr> <tr><td style="text-align: center;">1</td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">2</td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">3</td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">4</td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">5</td><td></td><td></td></tr> </table>		<i>Ihre Ziel-Kennzahl</i>	<i>Ziel</i>	1			2			3				<i>Ihre Quartals-Prioritäten</i>	<i>Wann</i>	1			2			3			4			5		
Quartal																																																																									
Umsatz																																																																									
EBIT																																																																									
Rendite																																																																									
FCF																																																																									
Deb. Ziel																																																																									
Lagerumschlag																																																																									
Umsatz/Mitarbeiter																																																																									
Neukunden																																																																									
1																																																																									
2																																																																									
3																																																																									
4																																																																									
5																																																																									
Deadline:																																																																									
Messbares Ziel/Entscheidende Kennz.																																																																									
<b>Titel des Mottos</b>																																																																									
<b>Skizze Scoreboard</b> Skizzieren Sie hier, wie die Anzeigentafel aussehen könnte																																																																									
	<i>Ihre Ziel-Kennzahl</i>	<i>Ziel</i>																																																																							
1																																																																									
2																																																																									
3																																																																									
	<i>Ihre Quartals-Prioritäten</i>	<i>Wann</i>																																																																							
1																																																																									
2																																																																									
3																																																																									
4																																																																									
5																																																																									
<b>Entscheidende Kennz.: People oder Bilanz</b>    zwischen grün und rot 	<b>Feier/Party</b>	<b>Entscheidende Kennz.: People oder Bilanz</b>    zwischen grün und rot 																																																																							
<b>Entscheidende Kennz.: Prozess oder G&amp;V</b>    zwischen grün und rot 	<b>Prämie</b>	<b>Entscheidende Kennz.: Prozess oder G&amp;V</b>    zwischen grün und rot 																																																																							

### Trends

- |          |          |
|----------|----------|
| 1. _____ | 4. _____ |
| 2. _____ | 5. _____ |
| 3. _____ | 6. _____ |

EINSTELLUNGEN/PRINZIPIEN	SINN UND ZWECK	NUTZENVERSPRECHEN
<div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 15px; padding: 10px; display: inline-block; background-color: white;"> <b>BHAG®</b> </div>		
STRATEGISCHE		PRIORITÄTEN
3-5 Jahre	1 Jahr	Quartal

Ihr Name: \_\_\_\_\_

Ihre Ziel-Kennzahl	Ziel		Ihre Quartals-Prioritäten	Wann
1		<b>Entscheidende Kennz.: People oder Bilanz</b>    <i>zwischen grün und rot</i> 	1	
2			2	
3			3	
		<b>Entscheidende Kennz.: Prozess oder G&amp;V</b>    <i>zwischen grün und rot</i> 	4	
			5	

*BHAG ist eine eingetragene Marke von Jim Collins und Jerry Porras.*



## 1. Das Führungsteam ist gesund und marschiert in dieselbe Richtung.

- Führungskräfte achten gegenseitig ihre Unterschiede, Prioritäten und Führungsstile.
- Führungskräfte treffen sich regelmäßig (am besten wöchentlich), um über die Strategie und Verbesserungen nachzudenken.
- Führungskräfte bilden sich regelmäßig weiter (Executive Education) (monatlich).
- Führungskräfte führen aktiv und gerne konstruktive Debatten.

## 2. Alle im Unternehmen kennen und arbeiten aktiv an der wichtigsten Quartalspriorität, die das Unternehmen bestmöglich voranbringt.

- Die Entscheidende Kennzahl für ein erfolgreiches Quartal steht fest.
- 3-5 Prioritäten („Rocks“), welche diese Quartals-Kennzahl unterstützen, wurden identifiziert und nach Wichtigkeit sortiert.
- Das Quartals-Motto sowie Partys/Incentives (falls das Quartalsziel erfüllt wird) sind allen Mitarbeitern bekannt.
- Das Quartals-Motto/die Entscheidende Kennzahl werden im gesamten Unternehmen kommuniziert und wöchentliche Fortschritte visualisiert.

## 3. Ein fester Kommunikations-Rhythmus ist verankert. Informationen fließen im gesamten Unternehmen schnell und präzise.

- Alle Mitarbeiter nehmen täglich an mindestens einem 15-minütigen Daily Huddle teil.
- Alle Teams haben ein wöchentliches Meeting.
- Das Management und mittlere Management trifft sich einmal pro Monat, um zu lernen, größere Probleme zu beheben und sich untereinander auszutauschen.
- Das Management und mittlere Management trifft sich einmal im Quartal und einmal pro Jahr außer Haus, um an den 4 Entscheidungen zu arbeiten.

## 4. Zu jedem Aspekt des Unternehmens ist eine bestimmte Person dafür verantwortlich (accountable), dass vereinbarte Ziele erreicht werden.

- Das „Function Accountability Chart“ (FACe) wurde vervollständigt (richtige Leute, die die richtigen Dinge richtig machen).
- Jeder Zeile der G&V, Cash-Flow-Rechnung und Bilanz ist eine bestimmte Person zugeordnet.
- Jedem der 4-9 Prozesse im „Process Accountability Chart“ (PACe) ist eine verantwortliche Person zugeordnet.
- Für alle 3-5-jährigen Vorstöße/Aktionen haben Sie einen entsprechenden Experten im Beirat, wenn keine interne Expertise vorhanden ist.

## 5. Mitarbeiterfeedback wird systematisch und kontinuierlich eingeholt, um Wachstumsbarrieren und Chancen zu erkennen.

- Jeder im oberen und mittleren Management führt mindestens mit einem Mitarbeiter pro Woche ein „Starten/Stoppen/Beibehalten“-Gespräch.
- Die Erkenntnisse aus den Mitarbeitergesprächen werden im wöchentlichen Führungskräfte-Meeting diskutiert.
- Mitarbeiterfeedbacks zu Wachstumsbarrieren und Chancen werden wöchentlich gesammelt.
- Ein Team aus dem mittleren Management trägt die Prozessverantwortung für die Implementierung der Hinweise aus dem Mitarbeiterfeedback zu Wachstumsbarrieren und Chancen.

## 6. Die systematisierte Analyse von Kundenfeedbacks erfolgt so häufig und präzise wie die Buchhaltungsprozesse.

- Das obere und mittlere Management führt mit mindestens einem Kunden pro Woche ein 4Q-Gespräch.
- Die Erkenntnisse aus den Kundengesprächen werden im wöchentlichen Führungskräfte-Meeting diskutiert.
- Alle Mitarbeiter sind in die Erhebung von Kundendaten eingebunden.
- Ein Team aus dem mittleren Management trägt die Prozessverantwortung für die Implementierung der Hinweise aus den Kundenfeedbacks.

## 7. Allen ist klar „wie wir ticken“, welche Einstellung wir haben bzw. welche Haltung erwartet wird – und leben diese.

- Um eine klare Orientierung zu geben, wissen alle im Unternehmen „wie wir ticken“ und was der Unternehmenszweck ist.
- Das obere und mittlere Management bezieht sich bei Lob und Kritik immer auf die Core Values und den Unternehmenszweck.
- HR-Prozesse und -Maßnahmen orientieren sich an den Core Values und dem Unternehmenszweck (Einstellungsverfahren, Orientierung, Beurteilung, Anerkennung, etc.).
- Jedes Quartal werden Maßnahmen identifiziert und umgesetzt, die die Core Values und den Unternehmenszweck stärken.

## 8. Mitarbeiter können die wichtigsten Komponenten der Unternehmensstrategie korrekt wiedergeben.

- Großes, verwegenes Ziel (BHAG®) – Fortschritte werden gemessen und visualisiert.
- Zielkunde(n) können mit höchstens 25 Worten beschrieben werden.
- 3 Nutzenversprechen – sowie das Wochenergebnis der entsprechenden Kennzahlen zu den Nutzenversprechen.
- Elevator Pitch – eine einheitliche und überzeugende Antwort auf die Frage „Was tut Ihr Unternehmen?“.

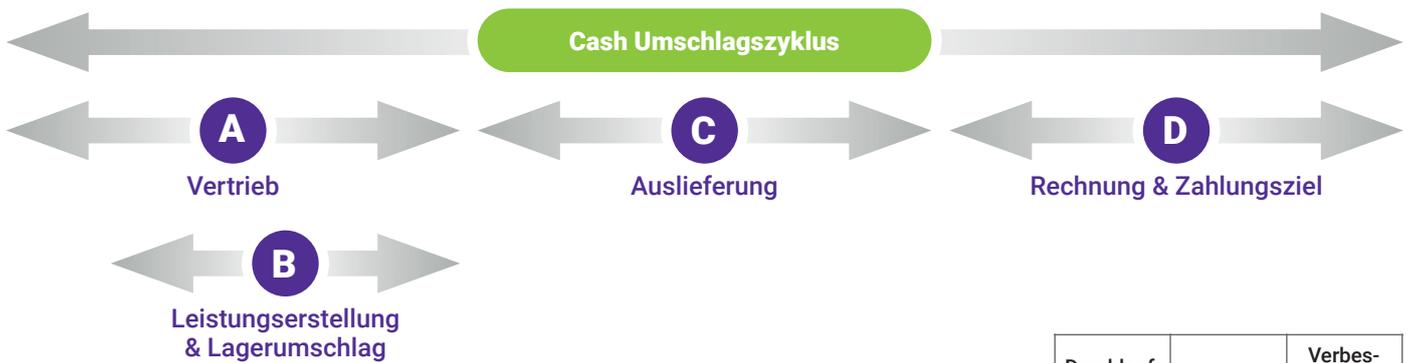
## 9. Alle Mitarbeiter können anhand von Kennziffern darlegen, ob sie einen guten Tag/eine gute Woche hatten oder nicht (siebte Spalte des OPSP).

- 1 bis 2 Leistungsindikatoren (KPIs) werden wöchentlich für jede Funktion/Person ausgewertet.
- Jeder Mitarbeiter hat 1 Entscheidende Kennzahl zu erfüllen, die sich am Quartalsziel des Unternehmens orientiert (Horizont aufzeigen).
- Alle Mitarbeiter/Teams haben pro Quartal 3-5 Prioritäten/Rocks, die in direktem Zusammenhang mit den Prioritäten des Unternehmens stehen.
- Jeder im oberen und mittleren Management verfügt über einen Coach (oder Peer-Coach), der ihn/sie zu persönlicher Entwicklung ermutigt/anhält.

## 10. Fortschritt und Performance des Unternehmens sind für jeden gut sichtbar.

- Ein „Situation Room“ wird für wöchentliche Meetings eingerichtet (physisch oder virtuell).
- Core Values, Unternehmenszweck und Prioritäten werden im gesamten Unternehmen kommuniziert.
- Überall befinden sich Scoreboards und dokumentieren den aktuellen Fortschritt bei KPIs und Entscheidenden Kennzahlen.
- Es existiert ein System zum Messen und Managen der Prioritäten und KPIs auf allen Ebenen.

BHAG ist eine eingetragene Marke von Jim Collins und Jerry Porras.



Durchlaufzeiten reduzieren	Fehler eliminieren	Verbesserung Businessmodell
----------------------------	--------------------	-----------------------------

## A Möglichkeiten zur Optimierung des Vertriebsprozesses

1			
2			
3			
4			
5			

## B Möglichkeiten zur Optimierung der Leistungserstellung und des Lagerumschlags

1			
2			
3			
4			
5			

## C Möglichkeiten zur Optimierung des Auslieferungsablaufs

1			
2			
3			
4			
5			

## D Möglichkeiten zur Optimierung der Rechnungsstellung und des Zahlungseingangs

1			
2			
3			
4			
5			

Ihr Power of One	Net Cash Flow €	EBIT €
Ihr aktueller Stand		

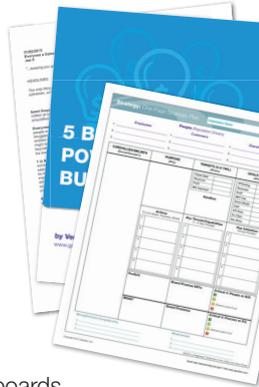
Ihr Power of One	Geplante Änderungen	Einfluss auf Cash-Flow €	Einfluss auf EBIT €
Preiserhöhung %	%		
Umsatzsteigerung %	%		
Reduzierung des Wareneinsatzes %	%		
Reduzierung der Gemeinkosten %	%		
Reduzierung Zahlungsziel Debitoren in	day(s)		
Reduzierung Lagerdauer in	day(s)		
Erhöhung Zahlungsziel Kreditoren in	day(s)		

<b>Ihr Power of One Effekt</b>		
--------------------------------	--	--

Ihr Power of One	Net Cash Flow €	EBIT €
Ihr ( <b>angepasster</b> ) aktueller Stand		

### 3 SUGGESTED PRIORITIES FOR SCALING YOUR BUSINESS

1. Sign up for Verne Harnish's **"Weekly Insights"** to receive the latest in ideas, tools, and techniques for growing your business.
2. Download copies of the **One-Page Strategic Plan** and other One-Page tools.
3. Access, on [scalingup.com](http://scalingup.com), short **"Growth Guy"** articles offering practical tips on setting up advisory boards, daily huddles for sales people, and 75 other topics.



Go to **www.ScalingUp.com**



### SCALING UP SCOREBOARD

The Official Software Tool for Implementing Scaling Up.

#### Scale 2x faster:

Companies using the software typically see a **2x increase in number of priorities completed** after 12 months.



Run Daily and Weekly Huddles.



Your hub for your One Page Strategic Plan and other growth tools.



Cascade priorities and track KPI progress.



Power of One and Cash Acceleration Strategies.

Request a demo at [scalingup.com/software](http://scalingup.com/software) or call **888.315.4049**

### DRIVE CULTURE. DELIVER KNOWLEDGE. REWARD RESULTS.



- Effective and inexpensive training program
- Increase your team's human capital
- Reward your employees for reading relevant books

When individual team members learn and grow, the entire company learns and grows.

For more info visit [betterbookclub.com](http://betterbookclub.com)

### SCALING UP COACHES

Our coaches use the **Scaling Up (Rockefeller Habits 2.0)** tools to help leadership teams align their decisions and actions around **People, Strategy, Execution and Cash**, based on proven best practices.

*"Recordsforce has been using Scaling Up for a year and a half and we love it! It has made an amazing difference for me as CEO to have a real methodology for running my business."*

— Bill Becker, President

#### PEOPLE

Become a magnet for A-players, increase accountability, and boost performance.

#### STRATEGY

Align your values, be honest about your SWTs, and develop a 3 to 5 year strategy to catapult growth.

#### EXECUTION

Drive flawless execution into your organization and fine-tune processes to run without drama.

#### CASH

Streamline cash flow to fuel growth and tighten your sales cycle to keep cash reserves healthy.

LET US CONNECT YOU WITH YOUR SCALING UP **CERTIFIED COACH!**

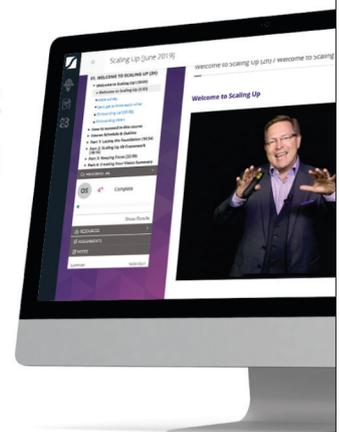
To get started, email us at: [coaching@ScalingUp.com](mailto:coaching@ScalingUp.com)



## Transform your organization into a **SCALING UP MACHINE!**

Be a part of the next online class of **75 selected leaders** who, within 3 months, will remodel their company's operations with the guidance of **Verne Harnish & Scaling Up Coaches.**

Join the next class at [scaleupU.com](http://scaleupU.com)



**NOTIZEN:**

**NOTIZEN:**

**NOTIZEN:**

**NOTIZEN:**

**SCALING UP**  
A GAZELLES COMPANY

