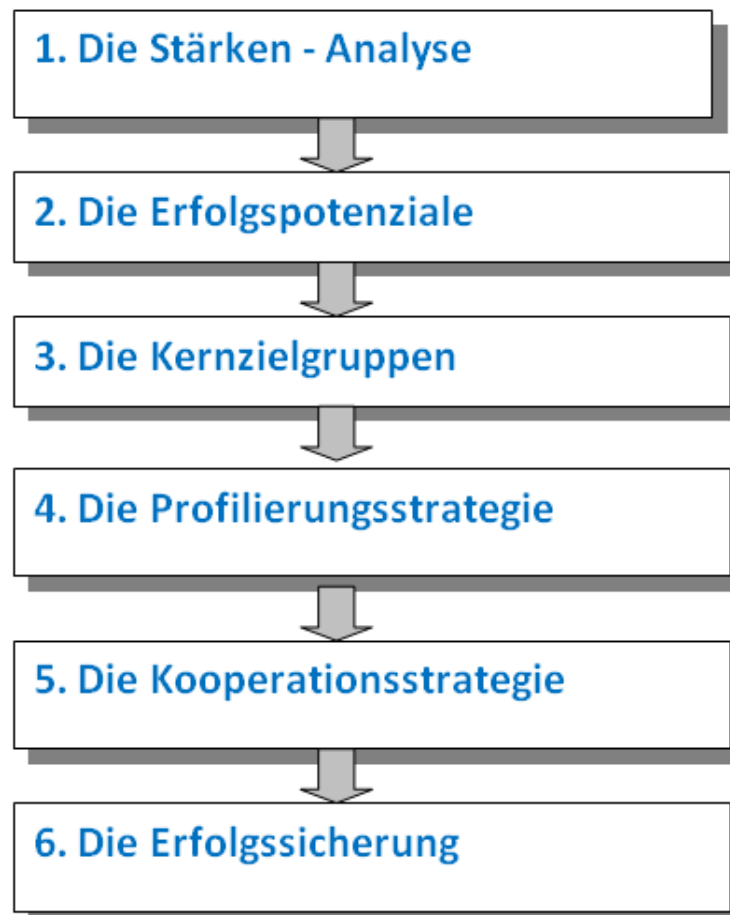


Das 6-Stufen-Programm für Ihre neue Unternehmens-Strategie



Das 6-Stufen-Programm zur Entwicklung Ihrer neuen Erfolgs-Strategie

Die Entwicklung Ihrer neuen Unternehmensstrategie erfolgt in 6 Stufen mit systematisch aufeinander **aufbauenden Themenschwerpunkten**. Der Zeitbedarf pro Thema richtet sich dabei ganz nach Ihren Erfordernissen. Die Zeitschätzungen gelten daher hier nur als Richtwerte.



1. Die Stärken - Analyse



Hier gewinnen Sie einen objektiven und neutralen Überblick über das Leistungspotential Ihres Unternehmens. Wir ermitteln gemeinsam mit Ihnen, wo Ihre speziellen Stärken liegen und was diese im Vergleich zu den Stärken Ihrer Mitbewerber wert sind.

Oft gelingt es schon in dieser Phase, einzelne Stärken oder Kombination von Stärken für Ihre Profilierung und neue Marktchancen zu nutzen.

Inhalte:

- Produkt- / Sortimentsanalyse
- Konkurrenzanalyse
- Organisations- / Managementanalyse
- Zusammenfassung / Stärkenprofil

Methoden: Einzel- und Gruppengespräche mit der Geschäftsleitung und den leitenden Mitarbeitern

Desk-Research mit vorhanden Firmendaten und externen Unterlagen

Eigen- und Fremdbildbestimmung

Dauer: 20 – 40 MStd.

Stufe 2:



2. Die Erfolgspotenziale

In dieser Stufe suchen und finden wir gemeinsam Ihr Spezialgebiet und/oder mit welchen Leistungen und Produkten Sie in Zukunft führend in Ihrem Marktsegment werden wollen.

Sie finden heraus, welche Leistungen Sie oder Ihr Unternehmen am gewinnbringendsten für Ihre Kunden einsetzen können, d.h. welchen Nutzen Sie für Ihre Kunden besser als Ihre Mitbewerber erbringen können.

Die **Nutzenmaximierung steht immer vor der Gewinnmaximierung**.
Darin liegt der Grundstein für Ihren Erfolg.

Inhalte:

- Trendanalysen nach Produkt- / Kundengruppen
- Trendanalysen nach Märkten / Vertriebsstrukturen
- Entwicklungspotentiale
- Potenzialfelder für Innovationen
- Zusammenfassung / Potenzialprofil

Methoden: moderierte Workshops

Analyse und Auswertung von (vorhandenen) Marktforschungsunterlagen

Dauer: 20 – 40 MStd.

Stufe 3:

3. Die Kernzielgruppen

In dieser Stufe machen Sie einen ganz entscheidenden strategischen Schritt: Sie finden heraus, **welche Zielgruppe Ihre Leistungen am meisten schätzt** und bei welcher Sie die größten Erfolgschancen haben. Sie segmentieren Ihr Spezialgebiet und lokalisieren diejenige Zielgruppe, bei der Sie Marktführer werden und bleiben können.

Im nächsten Schritt entwickeln Sie den „**zwingenden Nutzen**“ – d.h. jene Vorteile aus Ihrem Leistungsangebot, das Ihre Zielgruppe annehmen muss, um sich selbst den größten Wunsch bzw. Nutzen zu erfüllen.

Je klarer Sie Ihre Zielgruppe(n) mit allen Ihren Eigenschaften und Wünschen vor Augen haben, desto leichter können Sie **deren größte Anliegen** erkennen, **maßgeschneiderte Lösungen** entwickeln und lukrative Märkte oder Marktnischen entdecken.

Inhalte:

- Profile der erfolgversprechendsten Zielgruppen
- Kaufverhalten / Kaufmotive
- „zwingender Nutzen“ / Leistungsversprechen

Methoden: Analyse /Auswertung von (vorhandenen) Marktforschungsunterlagen
Gruppendiskussionen (max. 7 Pers.) mit Konsumenten / Kunden und
Videoaufzeichnung der Gespräche mit anschließender Auswertung der Ergebnisse

Interne Reflexion / Bewertung

Dauer: 40 MStd.

Stufe 4:

4. Die Profilierungsstrategie



Hier geht es um diejenigen Leistungsangebote, die Sie in den Augen Ihrer Zielgruppe(n) **zum besten Anbieter** machen und die Ihnen den **entscheidenden Wettbewerbsvorsprung** vor den Konkurrenten verschaffen.

Bei der Profilierungsstrategie geht es nicht darum, etwas besser oder billiger als die Konkurrenz zu tun, sondern anders.

Die **strategische Kreativität ist jetzt gefordert**: eine Kreativität, die die Gesamtheit der Beziehungen zwischen Ihrem Unternehmen und Ihren Zielgruppen umfasst. Das ist weit mehr, als die Kreativität in der Werbung oder Verkaufsförderung.

Oft schlummern auch in Ihren Mitarbeitern und Kunden enorme kreative Potenziale, die es zu nutzen gilt. Zur strategischen Kreativität gehören Phantasie, Gefühle und Einfühlungsvermögen für Menschen.

Inhalte:

- Potenzialfelder für Ihre Profilierung aus 3 Blickwinkeln
- Prioritätenreihung / Chancenbewertung
- Die neue Produkt- / Sortiments- / Vertriebsstrategie
- Die neue Kommunikations- / Organisationsstrategie

Methoden: Kreativ-Workshops auf 3 Ebenen
(Geschäftsleitung, Mitarbeiter, Kunden/Konsumenten)

Auswertung / Reflexion

Dauer: 30 - 60 MStd.

Stufe 5:

5. Die Kooperationsstrategie



Statt Ihre Kräfte darauf zu richten, andere zu bekämpfen und sich im Wettbewerb gegenseitig aufzureiben, ist es sinnvoller, gemeinsam zu arbeiten.

In dieser Stufe erfahren Sie, warum und **wie Sie durch bessere Kooperation** um ein Mehrfaches **erfolgreicher werden** können, als über harte und rücksichtslose Konkurrenz.

Inhalte:

- Kooperationsfelder mit Vorlieferanten / Absatzpartnern
- Kooperationsfelder mit „Mit(einander)bewerbern“
- Expansionspfade

Methode: Einzel- und Gruppengespräche mit der Geschäftsleitung & Partnern

Externe Recherchen / Potentialanalysen

Dauer: 20 – 30 MStd.

Stufe 6:

6. Die Erfolgssicherung

Technischer und sozialer Fortschritt führt unweigerlich dazu, dass neue, bessere Angebote auf den Markt kommen und alte ablösen.

Marktführer führen keinen (Preis-) Krieg, sondern **konzentrieren sich auf ihre Stärken** und die Wünsche ihrer Zielgruppen.

Durch die **Nähe zum Kunden** wächst auch das Wissen um deren Bedürfnisse. Damit wird es möglich, die einmal erreichte Marktposition dauerhaft gegen Wettbewerber zu verteidigen, ja sogar ausbauen zu können.

Die technische Spezialisierung (auf Produkte / Produktionsverfahren) wird zunehmend durch die **soziale Spezialisierung** (auf Menschen/ Kundengruppen) abgelöst. Produktlebenszyklen werden dann nicht mehr als Drama erlebt, sondern als normale Erscheinungen der wirtschaftlichen Evolution.

Inhalte:

- Identifizierung der Erfolgsfaktoren
- Präzisierung der Entwicklungsschritte / Kontrollpunkte
- Ziel- und Strategiekontrollen

Methoden: periodische Strategie-Workshops

Coaching

Dauer: ca. 4 x 10 MStd. p.a.



Interessiert?

Dann nehmen Sie mit uns Kontakt auf!

Wir erstellen Ihnen gerne ein maßgeschneidertes Angebot für die Entwicklung Ihrer neuen Unternehmens-Strategie.

Wir freuen uns schon auf Ihre Anfrage.

Mag. Kurt Trolp