

## Analyse zur Strategie-Entwicklung

Die nachfolgenden Fragen helfen bei der Findung, Optimierung und Entwicklung geeigneter Marketing- und Vertriebs-Strategien. Die Instrumente orientieren sich einerseits an den grundlegenden Methoden und sind andererseits so konzipiert, dass sie besonders für Klein- und Mittelbetriebe einfach zu handhaben sind.

Ziel ist, dass einerseits Klarheit über Umfeld, Konkurrenten und andererseits über die aktuelle Position des Unternehmens heute und in Zukunft dargestellt wird.

### 1. Unternehmensdaten

Genauere Firmenbezeichnung, Gründungsjahr, Mitarbeiterzahl, Geschäftsstellen, Kernkompetenzen (Produkte/Leistungen)

### 2. Beschreibung der aktuellen Lage und der Entwicklung in den letzten 3 Jahren

(Umsatzentwicklung/Leistungsentwicklung)

### 3. Kurzbeschreibung der gegenwärtigen und zukünftigen Geschäftsfelder

(Neue Märkte, neue Produkte/Leistungen)

4. **Beschreiben Sie die aktuellen Stärken am Markt und gegenüber Konkurrenten**

5. **Aus welchen Motiven möchten Sie die Strategie neu planen, definieren?**

6. **Führen Sie nun die wesentlichen Anforderungen auf, die Sie an sich und Ihr Unternehmen stellen. Dabei stehen folgende Fragen im Vordergrund:**

- 6.1 **Wo steht Ihr Unternehmen heute und in 5 Jahren?**

- 6.2 **Welche Marktchancen nutzt Ihr Unternehmen heute?**

**6.3 Welche Marktchancen sehen Sie künftig?**

**6.4 Welches sind aus heutiger Sicht die künftig Wertschöpfenden Bereiche?**

**6.5 Welches sind die wesentlichen heutigen Märkte?**

**6.6 Welches sind die künftigen Märkte?**

**6.7 Welches sind die stärksten Konkurrenten?**

**6.8 Wie stehen Sie im Wettbewerbsvergleich da?**

6.9 Welche strategischen Alternativen bestehen aus Ihrer Sicht?

6.10 Was möchten Sie tun?

6.11. Weiteres Kriterium?

7. Welches sind die wesentlichen Stärken und Schwächen des Unternehmens?

	Stärke	Schwäche	Massnahme
Führung			
Finanzen			
Personal			
Leistung/Produkt			
Märkte/Zielgruppe			

8. **Wie beurteilen Sie die Konkurrenzvorteile?**

(Produkte, Märkte, Finanzen, Management, Technologie, Leistungsspektrum)

--

9. **Charakterisieren Sie den Markt aufgrund der aufgeführten Kriterien**

	Günstig	Neutral	Ungünstig	Massnahme
Anbieterstruktur				
Kundenstruktur				
Konkurrenzverhalten				
Markteintrittskosten				
Produkte/Leistungen				
Akquise-Prozess				

10. **Definieren Sie Ihre Ziele und welche Mittel und Massnahmen dafür zur Verfügung stehen:**

	Mittel	Massnahmen
<b>Umsatz</b>		
<b>Gewinn</b>		
<b>Wachstum</b>		