

Fallbeispiel Erfolgsfaktor Strategie

Stellen Sie sich ein mittelständisches Bauunternehmen mit einem sehr breiten Leistungsspektrum vom Tiefbau bis zum Hochbau vor. Stellen Sie sich weiter vor, dass das Unternehmen nach Sparten organisiert ist. Seit über 30 Jahren ist man erfolgreich tätig.

Die Hauptzielgruppe der Sparte Straßenbau ist die öffentliche Hand. Zunächst ist es nur ein Gefühl des Spartenleiters: Weg von der Abhängigkeit der Öffentlichen Hand hin zu neuen Zielgruppen. Weg von der überwiegend preisorientierten Vergabep Praxis hin zum Qualitätswettbewerb.

Wo wollen wir in den nächsten 10 Jahren hinmarschieren?
Mit welchen Dienstleistungen?
Bei welchen Zielgruppen?
Wie können wir noch erfolgreicher werden?

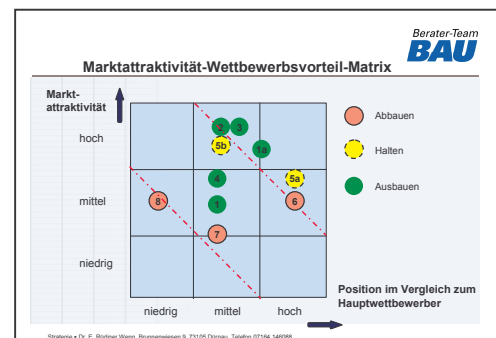
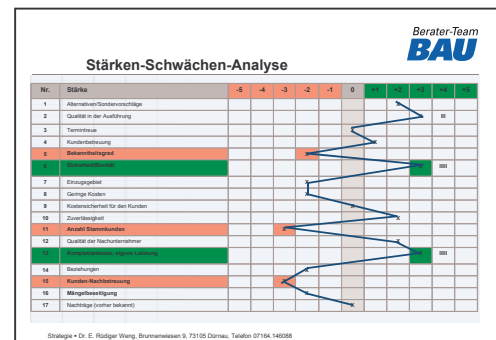
Das sind die Fragen, die den Spartenleiter bewegten. Mit den Mitarbeitern und Führungskräften und Unterstützung eines Partners vom Berater-Team Bau sollte der rote Faden gefunden werden. Sicher hätte das eine oder andere auch selbst durchgeführt und erarbeitet werden können. Die externe Unterstützung bringt jedoch mehr Dynamik in das Projekt, sorgt für Objektivität und bewahrt vor „Betriebsblindheit“.

Workshops mit den Führungskräften sind die Lösung. Betroffene zu Beteiligten machen ist das Prinzip! Gemeinsam wird die Zukunft gestaltet.

1. Workshop Strategie-Entwicklung 1

Vision für das Jahr $x + 10$; Stärken-Schwächen-Analyse; Definition der Ist-Geschäftsfelder; Marktattraktivität-Wettbewerbsvorteil-Matrix

Die Zukunft ist im Fokus. Die Ist-Situation geklärt.



2. Workshop Strategie-Entwicklung 2

Soll-Geschäftsfelder werden definiert; Ist- und Soll-Zielgruppen für die Geschäftsfelder werden ermittelt. Eine erste Liste der Soll-Kunden wird erstellt und Maßnahmen festgehalten wer z. B. wen anspricht. Die Arbeit beginnt und der Erfolg wird greifbar. Spontan werden Maßnahmen notiert.

3. Workshop Strategie-Entwicklung 3

Welches sind die brennendsten Probleme unserer Zielgruppen? Was unterscheidet uns vom Wettbewerb? Wie machen wir unsere Stärken für Kunden sichtbar? Mit großen Schritten geht es auf die Umsetzung zu. Jetzt ist klar, mit welchem Geschäftsfeld und bei welcher Zielgruppe aktiv akquiriert wird. Jetzt ist klar, welche Geschäftsfelder zurückgefahren werden und bei welchen die Zukunft liegt!

In zwei bis drei Tagen steht die Strategie inkl. erster Maßnahmen. Wir lassen Sie dann bei der Umsetzung nicht allein. Wenn Sie wollen, arbeiten wir auch im Rahmen eines Management auf Teilzeit aktiv mit!