Beispiel Unternehmensentwicklung (3):

Situationsanalyse durch DSZV

Marktumfeld

: dynamischer Wandel
: Verdrängungsmarkt
: Konzentrationstendenzen
: Preisdruck

Kunden

: steigende Ansprüche, Erwartungshaltung
: zahlreiche heterogene Kundengruppen
: heterogene Attraktivität

Unternehmen/Geschäftsführer

: Abhängigkeit von einzelnen Kunden/Kundengruppen
: fehlende personelle und zeitliche Ressourcen zur Vermarktung und strategischen Entwicklung
: Wenig Spaß an der Arbeit
: Unsystematisches herumdoktern an vielen Baustellen
: Hohe Verfahrenskompetenz
: Technologisch anspruchsvolles Verfahren durch eigene Entwicklung perfektioniert
: neue Produktbereiche durch das Verfahren zu erschließen

Aufgabe/Zielsetzung

: zeitliche, personelle und finanzielle Ressourcen und Vermarktungs-Know-how beschaffen
: Operative Entlastung und Entscheidungsunterstützung für die Geschäftsführer leisten
: Intensivierung und Systematisierung der Vermarktungsaktivitäten
: Vermarktung des hoch entwickelten Verfahrens und der neuen Produktbereiche
: Erschließung neuer, lukrativer Märkte
: Einstieg in neue Geschäftsfelder
: Reduzierung der Abhängigkeit von einzelnen Kunden
: Rentabilitätssteigerung
: langfristige Entwicklung des Unternehmen sicherstellen

Maßnahmen durch DSZV

Analyse-Workshop

Dauerhafte und langfristige Begleitung durch DSZV

Ausgewählte Tätigkeiten

: Externer Meinungsgeber und Sparringspartner
: Monatl. Controlling, unternehmerische Planung
: Projektsteuerung
: Konzeption und Gestaltung von Kommunikationsmitteln
: Entscheidungsunterstützung
: Workshop-/Meeting-Moderation
: Mediation

Ausgewählte Projekte

: Konzeption Controlling-System
: Konzeption, Durchführung, Kontrolle von Vermarktungsaktivitäten für traditionelle und neue Produktbereiche im In- und Ausland
: Konzeption, und Aufbau neuer Geschäftsfelder wie Verfahrensberatung, Handel, Export, etc.
: Konzeption, Implementierung von Mitarbeiteranreizsystemen, Zielvereinbarungsgesprächen, etc.
: Investitions- und Finanzierungskonzeption

Ergebnisse/Effekte

: Rohertragssteigerung im Jahr 2006 >20% ; im Jahr 2007 > 25%
: Spaß an der Arbeit ist für die Geschäftsführer und Inhaber zurückgekehrt
: Einstieg in neue Märkte und Geschäftsfelder ist gelungen
: Strategischer Entwicklungspfad ist definiert, Risiken sind reduziert worden
: Klar formulierte Ziele geben Management und Mitarbeitern Sicherheit und Orientierung

DSZV
unternehmen:entwicklung