UNTERNEHMENSSTRATEGIE 2

PHASE DREI: STRATEGIE

Um die Ziele der zweiten Phase zu erreichen, müssen Sie die Maßnahmen auf Unternehmensebene ausführlich beschreiben. Diese Phase des Planungsprozesses soll die Strategie liefern, die die Frage: **"Wie erreichen wir die Ziele?"** beantwortet. Sie baut auf den Informationen auf, die in den ersten beiden Phasen entwickelt wurden. Sie liefert einen Überblick über folgende Themen:

- Die **Positionierung Ihres Unternehmens auf dem Markt** und im Kampf mit den Mitbewerbern.
- Die **zukünftige Ausrichtung Ihres Unternehmens.**
- Die **verwendeten Methoden zur Zielerreichung.**

Die Antworten auf die oben genannten Fragen hängen von den Schlussfolgerungen der ersten beiden Phasen ab. Wenn z. B. in der ersten Stufe die Möglichkeit besteht, den Umsatz in einem neuen Markt durch die Anpassung eines bestehenden Produkts zu steigern, und Stufe zwei darin besteht, den Umsatz zu steigern, dann wäre die effektivste Strategie, das Unternehmen durch Produktentwicklung zu differenzieren und mit den vorhandenen Kompetenzen zu wachsen.

PHASE VIER: STRATEGISCHE PLANERSTELLUNG

Während die Strategiephase die Aktivitäten detailliert definiert, konzentriert sich die strategische Planerstellung auf die Maßnahmen, die von jeder Abteilung oder Funktion innerhalb des Unternehmens ergriffen werden müssen. Jeder strategische Plan muss sich mit der Frage auseinandersetzen: **"Was müssen wir tun, um ein bestimmtes Ziel zu erreichen?"** Die Pläne haben in der Regel einen kürzeren Zeitrahmen als die Unternehmensstrategie und konzentrieren sich auf die Ziele, die mit ihrer Abteilung zusammenhängen, und nicht auf alle Ziele. Sie enthalten Informationen über:

- Das zur Verfügung stehende Budget für die Umsetzung der erforderlichen Maßnahmen.
- Die Abteilungsziele, die zur Unterstützung der Unternehmensziele beitragen.
- Die Schritte, die ergriffen werden müssen, um erforderliche Ergebnisse zu liefern. Ein Marketingplan würde z. B. Informationen über Marktforschung, Preispolitik und Absatzwege enthalten.

PHASE FÜNF: ARBEITSPLANUNG

Nachdem Sie nun festgelegt haben, was Ihr Unternehmen in Zukunft erreichen soll und welche Maßnahmen dafür ergriffen werden müssen, müssen Sie entscheiden, welche Ressourcen Sie für die Umsetzung verwenden. Eine wichtige Frage dabei ist: **"Wer macht die Arbeit und in welchen Zeitrahmen?"**

Kofinanziert durch das Programm Erasmus+ der Europäischen Union

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung (Mitteilung) trägt allein der Verfasser. Die EU haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben Project No: 2017-1-UK01-KA202-036682

Diese Phase konzentriert sich auf Ressourcenpläne, Projektzeitpläne und Budgets und befasst sich mit folgenden Themen:

- Bestimmen Sie die Personen für die Umsetzung der strategischen Pläne und das Ausmaß der Verantwortung.
- Heben Sie die Prozesse zur Unterstützung der Strategie, einschließlich des Risikomanagements und der Berichtslegung hervor.
- Erstellen Sie einen detaillierten Zeitplan oder die Reihenfolge der Maßnahmen, die ergriffen werden müssen, um die Strategie und strategischen Pläne umzusetzen.
- Budgetieren Sie die zusätzlichen Mittel, die zur Beschaffung zur Verfügung stehen.

Diese Phase enthält auch ein Überblick über alle externen Unternehmen, die möglicherweise notwendig sind, um einige oder alle Maßnahmen durchzuführen.

PHASE SECHS: KONTROLLE

Um sicherzustellen, dass der von Ihnen entwickelte Plan die Ziele erreicht, welche in Phase zwei des Planungsprozesses festgelegt wurden, ist es wichtig, dass Sie die Leistung des Plans während der gesamten Laufzeit kontinuierlich überwachen.

In dieser Phase wird kontrolliert, ob Sie die Ziele erreicht haben, die Sie sich in der zweiten Phase gesetzt haben. Sie stellt die Frage: **"Woher wissen wir, dass wir das Ziel erreicht haben?"**

Um zu sehen, wie gut die Strategie funktioniert hat, müssen Sie die Ergebnisse analysieren, die Sie im gesamten Plan zu bestimmten Zeitpunkten erzielt haben, indem Sie sie mit den erwarteten Ergebnissen vergleichen.

Die von Ihnen eingesetzten Kontrollmaßnahmen hängen von den festgelegten Zielen ab und können Folgendes beinhalten:

- Umsatz- und Rentabilitätssteigerungen im abgelaufenen Quartal.
- Kapitalrendite für einzelne Produktgruppen.
- Kundenakquise und -bindung nach Bereichen.

Die Ergebnisse Ihrer Analyse sollten verwendet werden, um Bereiche aufzuzeigen, die leistungsschwach sind und verbessert werden müssen und bewährte Verfahren hervorheben, die in anderen Bereichen der Organisation verwendet werden könnten. Sie liefert auch Informationen für die Entwicklung von zukünftigen Strategien.

ENDERGEBNIS

Sobald Sie jede der oben genannten Phasen abgeschlossen haben, haben Sie eine Strategie, die für Ihren Arbeitsbereich geeignet ist, von Ihren Stakeholdern (Personen, die an Ihrer Organisation interessiert sind, einschließlich Mitarbeiter und Aktionäre) akzeptiert wird und in der Lage ist, mit den verfügbaren Ressourcen umgesetzt zu werden.

Kofinanziert durch das Programm Erasmus+ der Europäischen Union

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung (Mitteilung) trägt allein der Verfasser. Die EU haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben Project No: 2017-1-UK01-KA202-036682