

# Der professionelle Business-Plan

**Nach Abschluss des Seminars können die Teilnehmer folgende Fragen beantworten:**

## **1. Strategische Analyse**

- 1.1. Was sind die wichtigsten Annahmen über Trends und Rahmenbedingungen, die das Geschäft in Zukunft beeinflussen werden (Strategische Erfolgsfaktoren)?
- 1.2. Markt-, Kunden- und Wettbewerbsanalyse: Mit welchen Produkten wollen Sie auf welchen Märkten mit welchen Wettbewerbern konkurrieren, und was wollen Sie besser als die Konkurrenz machen? Welche Chancen wollen Sie wie nutzen?

## **2. Zielsetzung**

- 2.1. Wie passen Ihre Ziele zu den Unternehmenszielen (was ist Ihr persönlicher Beitrag zum Unternehmenserfolg auf der Basis Ihrer Stärken und Kompetenzen)?
- 2.2. Was sind Ihre Umsatz- und Renditeziele in den nächsten 5 Jahren (Spätindikatoren oder nachlaufende Kennzahlen), und was sind Ihre Ziele bei den wichtigsten Frühindikatoren (Erfolgspotentiale wie zum Beispiel Kundenloyalität, Innovation, Positionierung, People oder Kernprozesse)?
- 2.3. Welche Maßnahmen wollen Sie ergreifen, wenn die die Gefahr entsteht, dass die Ziele nicht erreicht werden könnten (Vorbereitung auf Unvorhergesehenes)?

## **3. Strategie**

- 3.1. Hinweis: Eine Strategie ist ein Bündel von kreativen Maßnahmen, die überzeugend darstellen, wie man von A (Ist-Zustand) nach B (Soll-Zustand) kommt, also Ziele erreicht.
- 3.2. Beschreiben Sie den Ist- und Soll-Zustand anhand der wichtigsten KPI (Kennzahlen) und zeigen Sie, dass die von Ihnen gewählten Maßnahmen zielführend sind.
- 3.3. Alternative: Wählen Sie eine der Ihnen am wirksamsten erscheinenden Standard-Strategien (Innovations-, Wettbewerbs-, Positionierungs- oder Portfoliostrategie)

## **4. Umsetzung (Marketing-Mix)**

- 4.1. Hinweis: Zur Umsetzung von Strategien sind finanzielle und personelle Ressourcen notwendig. Schätzen Sie den Bedarf an diesen Ressourcen (Budget), und formulieren Sie überzeugende Argumente, dass diese Ressourcen effizient eingesetzt werden.
- 4.2. Welches Volumen haben Ihre Marketing-Investitionen, wie ist das Budget aufgeteilt und welchen Beitrag leisten die Marketing-Instrumente (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) zur Zielerreichung.

## **5. Erfolgskontrolle**

- 5.1. Fortschrittskontrolle: Wie sehen der Zeitplan und die Meilensteine für die Erstellung und Umsetzung des Businessplans aus?
- 5.2. Ergebniskontrolle: Mit welchen Kennzahlen werden Sie den Erfolg des Businessplans messen, und zwar in zeitlicher (Früh- und Spätindikatoren) und sachlicher (Produkt-, Kunden oder Segmenterfolg)?