

Beispiel Unternehmensentwicklung (1):

Ausgangspunkt

„Mehrere, persönlich verbundene Unternehmer wollen die langfristige Entwicklung ihrer Unternehmen in der Region gemeinsam in die Hand nehmen“



Situationsanalyse durch DSZV

Marktumfeld

- : dynamischer Wandel
- : Verdrängungsmarkt
- : Konzentrationstendenzen
- : Begehrlichkeiten von Großunternehmen

Kunden

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

Unternehmen

- : Abhängigkeit von einzelnen Kunden/Kundengruppen
- : Schwächen in systematischer Vermarktung
- : fehlende personelle und zeitliche Ressourcen
- : fehlende Finanzkraft
- : generelle Unzufriedenheit mit der Marktsituation

Aufgabe/Zielsetzung

- : professionelle, systematische Vermarktung aufbauen
- : lukrative Kunden ermitteln und ansprechen
- : Kundengruppen erweitern, unternehmerische Risiken reduzieren
- : zeitliche, personelle und finanzielle Ressourcen, sowie Vermarktungs-Know-How beschaffen
- : langfristige Entwicklung aller beteiligten Unternehmen sicherstellen

Maßnahmen durch DSZV

Analyse-Workshop mit den beteiligten Unternehmen

- : Erörterung von Perspektiven und Möglichkeiten
- : Zielformulierung: Schaffung einer Vertriebsplattform, die den Marktanforderungen gerecht wird
- : Konzeptarbeit/-vorbereitung

Konzepterstellung

- : Organisations- und Personalstruktur
- : Businessplan
- : Vermarktungsansätze
- : Controlling- und Abrechnungssystem
- : Vorgehens- und Zeitplanung

Umsetzungsworkshop

- : Abstimmung und Anpassung des strategischen Plans

Dauerhafte Begleitung und Kontrolle der Umsetzung

- : Koordination der Gesellschaftsgründung
- : Implementierung des Controllingsystems
- : Konzeption und Produktion von Kommunikationsmitteln
- : Abstimmung mit Vertriebspersonal
- : Initiierung und Erfolgskontrolle von Vermarktungsprojekten

Ergebnisse/Effekte

- : Start der Plattform am 1. Januar 2007
- : Durchführung der ersten Vermarktungsprojekte zwischen Januar und März 2007