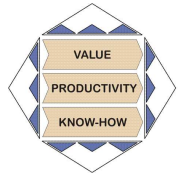


Seite	Inhaltsverzeichnis „Systematische Strategiefindung“
1.	Strategie - Findung - Neuausrichtung
2.	Agenda
3.	Systematische Strategieentwicklung im Überblick
4.	Eine gute Strategie führt sicher zum Erfolg...
5.	Strategie heißt Antworten finden auf Strategische Fragen...
6.	Zentrale Probleme der Unternehmen
7.	Erfolg ist das Ergebnis einer exzellenten Strategie...
8.	Strategische Checkliste zur Erstbewertung Ihrer Strategie
9.	Checkliste 1 (Vorbereitung des Prozesses)
10.	Checkliste 2 (Vorbereitung des Prozesses)
11.	Generischer Optimierungsprozess Nach 6 Sigma - DMAIC
12.	Systematische Strategiefindung umfasst...
13.	Systematische Strategiefindung: Geschäfts- Und Organisationsentwicklung
14.	Detaillierte Fragen zur Strategieanalyse...
15.	Zeitplanung (Grob)
16.	Systematische Strategiefindung: Geschäfts- und Organisationsentwicklung
17.	Vorgehensmodell – Strategiefindung Gesamt
18.	Wir Befinden uns Hier:
19.	Voraussetzung: Ohne Vision keine Strategie!
20.	Definieren Sie die Vision Ihres Unternehmens/Ihrer

	Abteilung!
21.	Definieren Sie die Mission Ihres Unternehmens/Ihrer Abteilung!
22.	Definition des Ziele-Systems
23.	Ziele-System: Zentrale Fragen
24.	Ziele-Kategorien im Überblick
25.	Definieren Sie Ihre Strategischen Ziele bezüglich der Ziele-Kategorien!
26.	Financials
27.	Wie sieht Ihre Finanzielle Ausgangssituation aus?
28.	Rückblick: Strategische Schwächen
29.	Was ist im letzten Jahr „schief“ gelaufen (TGW)
30.	Rückblick: Strategische Erfolge
31.	Was ist im letzten Jahr hervorragend gelaufen (TGR)?
32.	Ausrichtung der Strategie auf Voice of the Customer (Voc)
33.	Unique Value Proposition: Bewertung
34.	Welches einzigartige Wertangebot gibt es bei Ihnen?
35.	Kernkompetenzanalyse I
36.	Kernkompetenzanalyse II – Ihre „Technologischen“ Stärken
37.	Kernkompetenzanalyse III
38.	Kernkompetenzanalyse IV - Beispiel
39.	Auf welche Kernkompetenzen wollen Sie zukünftig bauen?



40.	Kundenbedarfsanalyse
41.	Die 5 W's des Vertriebs
42.	Welche Potentiale entnehmen Sie der Kundenbedarfsanalyse?
43.	Think Out of the Box – Konstruktives Denken
44.	Think Out of the Box – Die Innovationsreise
45.	Think Out of the Box – Übung
46.	Lieferantenanalyse
47.	Lieferantenanalyse Ihrer Schlüssellieferanten
48.	Welche Potentiale entnehmen Sie der Lieferantenanalyse?
49.	Risiko-Analyse (What-If)
50.	Inhalt und Aufgaben des Risiko Managements
51.	Risikoanalyse - Beispiel
52.	Welche Risiken sehen Sie künftig für Ihr Unternehmen/Ihre Abteilung?
53.	Wettbewerbsanalyse I
54.	Wettbewerbsanalyse II
55.	Wettbewerbsanalyse III - Beispiel
56.	Welche USP entnehmen Sie der Wettbewerbsanalyse für Ihr Unternehmen?
57.	Wir befinden uns hier:
58.	Kein Start ohne Ist-Analyse! Ausrichtung auf größte Potentiale
59.	Produktanalyse I
60.	Definieren Sie Ihre wichtigsten Produkte!

61.	Produktanalyse II
62.	Welche Produkte sind Cash-Cows? Welche nicht?
63.	Organisationsanalyse I
64.	Organisationsanalyse II
65.	Sehen Sie Potentiale in Ihrer Organisation? Welche?
66.	Wertstromanalyse: Die Wertschöpfungskette (Value Chain)
67.	Das Verständnis der Organisation als System (Deming, 1950)
68.	Management unter diesem Blickwinkel ist dann:
69.	Kernfragen der Strategischen Führung:
70.	Die Indirekten Bereiche in der Value Stream Perspektive: Was bremst?
71.	Bitte tragen Sie hier Ihre Hauptverbesserungen ein!
72.	Welche zentralen Schwachstellen sind feststellbar?
73.	Schlankes Unternehmen: Lean Enterprise (A+B+C+D)
74.	Current State Map (CSM) - Beispiel
75.	Future State Map (FSM) - Beispiel
76.	Welche Potentiale entnehmen Sie Ihrem Value Stream?
77.	Kennzahlenanalyse
78.	Kennzahlenanalyse: Indikatoren für die Zielerreichung
79.	Mit welchen Kennzahlen steuern Sie den Fluss?
80.	Welche Kennzahlen müssen ergänzt/angepasst



	werden?
81.	Wir befinden uns hier:
82.	Typische Strategieansätze im Überblick
83.	Welche Top-10 Strategie leiten Sie insgesamt daraus ab?
84.	Wir befinden uns hier:
85.	1. Critical Review
86.	Wir befinden uns hier:
87.	Erfordert der Kennzahlenvergleich Änderungen?
88.	Tools zur Strategieanpassung: Ideengenerator
89.	Muss Ihre Strategie erneut angepasst werden?
90.	Strategischer Plan (Masterplan) - Definition
91.	Strategischer Plan (Masterplan)
92.	Strategischer Plan (Masterplan)
93.	Kaskadierung des Strategischen Plans
94.	Welche Punkte sind essentiell für Ihren Masterplan?
95.	Beispiel einer Ziele-Scorecard als Managementinstrument
96.	Anwendung der Scorecard und Tracking mit Cockpit-Charts
97.	Die Balanced Scorecard (BSC) als Managementinstrument
98.	Welche Scorecards sind geeignet für Ihr Unternehmen?
99.	Notwendige Instrumente zur Strategieumsetzung
100.	Wir befinden uns hier:

101.	2. Critical Review
102.	Wir befinden uns hier:
103.	Operatives Geschäftsmodell umsetzen
104.	Wir befinden uns hier:
105.	Change Management
106.	Change Management
107.	Wer mag schon Veränderung?
108.	Change Management: Procedure
109.	Change and Change Behavior
110.	Change Management: Population
111.	Change Management: Population
112.	Die Umsetzung der Strategie erfordert eine klare Linie!
113.	Systematische Strategiefindung mit dem DMAIC-Regelkreis