

Beratung zur Strategieentwicklung

Kundennutzen

- Systematische Betrachtung von Unternehmensprozessen über operative Abläufe hinaus
- Eindeutige langfristige Zielfokussierung bzw. Positionierung mit Schaffung eines transparenten (innen, außen) Unternehmensbildes

Ziel

Entwicklung der strategischen Ausrichtung und Festlegung strategischer (langfristiger) Ziele.

Inhalt

- Strategische Bestandsaufnahme; Anwendung von strategischen Instrumenten (SWOT-Analyse, Portfolio-Analyse, Konkurrentenanalyse, etc.)
- Ermittlung, Bestimmung und Festlegung von Ressourcen
- Festlegung eines Soll-Profiles (interne und externe Langzeitausrichtung) unter Beachtung grundsätzlicher Managementstrategien (z.B. Leistungsführer oder Kostenführer, Innovationsführer oder Copyführer, etc.)
- Zusammenfassung eines Strategiepapiers mit Festlegung von Eckdaten

Beispiel

- Bestandsaufnahme im Unternehmen über Interviewtechnik und Dokumentenanalyse
- Branchen- und Wettbewerbsanalyse
- Workshop zur Strategieentwicklung

Moderation einer EFQM-Selbstbewertung

Kundennutzen

- Einführung eines Analyseinstruments zum Stand der Unternehmensentwicklung auf dem Weg zur Excellence
- Unternehmensübergreifende Identifikation von Stärken und Verbesserungspotenzialen
- Gemeinsame strategische Ausrichtung des Unternehmens im Führungskreis
- Koordinierte Verbesserungsmaßnahmen mit kontinuierlicher Überwachung
- Anstoß zur Weiterentwicklung neben dem „Tagesgeschäft“

Ziel

Umfassende Identifikation der Stärken und Potenziale der Organisation anhand des EFQM-Modells und systematische Ableitung von Verbesserungsprojekten und -maßnahmen.

Inhalt

- In Form eines Workshops werden Methodik, Vorteile und Nutzen der Selbstbewertung nach EFQM vermittelt
- Die Teilnehmer erhalten eine Basisinformation über die Zielsetzung und die Struktur des EFQM-Modells
- Es werden die Kriterien des EFQM-Modells vorgestellt und ein Überblick über die Bewertungssystematik gegeben
- In einem moderierten Workshop erfolgt die Selbstbewertung mit Identifikation von Stärken und Verbesserungsbereichen für das eigene Unternehmen
- Den Abschluss bilden die Priorisierung der erkannten Verbesserungsbereiche und die Ableitung von Zielthemen.

Beispiel

- 1. Tag: Vermittlung der EFQM-Grundlagen mit Praxisübungen und Festlegung von Maßnahmen zur Vorbereitung und Planung der Datensammlung und Selbstbewertung. Benennung von Kriteriumsverantwortlichen und eines Selbstbewertungsteams
- Zwischen 1. und 2. Tag: Datensammlung durch die Kriteriumsverantwortlichen
- 2., 3. und 4. Tag: Durchführung der Selbstbewertung basierend auf der Datensammlung. Erarbeiten von Stärken und Verbesserungsbereichen für das Unternehmen. Priorisierung und Ableitung von Zielthemen



CONSULTING GROUP

Balanced Scorecard

Kundennutzen

- Sicherheit und systematisches Vorgehen bei der Einführung der BSC durch erfahrene, externe Begleitung sowie Sensibilisierung der Führungskräfte bezüglich der Vorteile dieser systematischen Vorgehensweise
- Durchführung einer umfassenden SWER®-Analyse (Stärken, Verbesserungsbereiche, Erwartungen, Risiken) für das Unternehmen
- Ableiten der Unternehmensvision und -mission sowie konkreter, messbarer und gemeinsam verabschiedeter strategischer Ziele und Kenngrößen für die Organisation in kausal begründeter Balance für die betrachteten BSC-Perspektiven
- Transfermethoden für die Ableitung operativer Ziele aus den strategischen Zielen der BSC
- Integrationsansätze der BSC in ein umfassendes Managementsystem und kontinuierlicher Feedbackmechanismus als integraler Bestandteil einer BSC-Implementierung

Ziel

Installation der BSC als strategisches Steuerungsinstrument für das Unternehmen.

Inhalt

- Struktur, Inhalte und Bedeutung der BSC
- Methodik, Vorteile und Nutzen für die strategische Ausrichtung des Unternehmens
- Leitbilder und strategische Erfolgsfaktoren für das eigene Unternehmen
- Perspektiven und Zusammenhänge der BSC (Finanzen, Kunden, Prozesse, Mitarbeiter)
- Erste Identifikation von strategischen Zielen, Ergebniskennzahlen und Leistungstreibern
- Anwendung von unterstützenden Analysemethoden (SWER®-Analyse, Ursache-Wirkungs-Analyse)
- Festlegung von Langfristzielen in strukturierter und systematischer Weise
- Kaskadierung der strategischen Unternehmensziele in einer systematischen Transformation in operative Ziele
- Integration der BSC in ein umfassendes Managementsystem

Beispiel

2-Tages-Workshop:

- Vermittlung der BSC-Grundlagen und Qualifizierung der Teilnehmer mit Praxisübungen
- Erarbeiten der Grundstruktur einer BSC mit der Ableitung der Unternehmensvision und -mission, strategischer Ziele und Kenngrößen
- Auswahl der zu beteiligenden Mitarbeiter

Organisation einer Benchmarking-Plattform

Kundennutzen

- Bessere Einschätzung der eigenen Leistungsfähigkeit im Vergleich zum Wettbewerb oder zu Weltklasseunternehmen
- Impulse von außen für die ständige Verbesserung
- Orientierung an „Best in Class“ bzw. „Business Excellence“ und Übernahme von „Best Practices“

Ziel

Selbstpositionierung und systematisches Schließen von identifizierten Leistungslücken.

Inhalt

- Initiierung und Organisation einer Benchmarking-Plattform
- Intensiver Erfahrungsaustausch zu ausgewählten Benchmarkingobjekten
- Vorträge durch die Teilnehmer, Identifikation von „Best Practices“
- Erarbeitung von Stärken und Verbesserungspotenzialen in Workshops

Beispiel

- Zusammenstellung von geeigneten Unternehmen zu einer Benchmarking-Plattform
- Auswahl eines geeigneten Benchmarkingobjektes
- Koordination und Vorbereitung der ersten Plattform
- Moderation der Benchmarking-Plattform
 - Einführung in die Grundlagen des Benchmarking
 - Präsentation durch Teilnehmer aus den Unternehmen zum Benchmarkingobjekt
 - Workshops zur Erarbeitung der „Best Practices“
 - Herausarbeiten von Stärken und Verbesserungsmöglichkeiten für jedes Unternehmen
- Unterstützung bei der Zielfestlegung und Maßnahmenplanung zur Schließung der Leistungslücken („Benchmarking-Gap“)
- Ggf. Moderation von Nachfolge-Plattformen zu weiteren Themen

Moderation eines Zielvereinbarungsprozesses

Kundennutzen

- Strukturiertes und systematisches Vorgehen bei der Realisierung des Zielvereinbarungsprozesses (ZVP)
- Sensibilisierung der Führungskräfte und Mitarbeiter bezüglich der Vorteile und des Nutzens eines umfassenden ZVP
- Durchführung einer durchgängigen Analyse bezüglich priorisierter Zielthemen für das Unternehmen
- Ableiten konkreter, messbarer und gemeinsam verabschiedeter Ziele und Messgrößen für die Organisation
- Transfermethoden für die Ableitung operativer Ziele aus den strategischen Zielen der BSC
- Integrationsansätze der Zielvereinbarung in ein umfassendes Managementsystem
- Kontinuierliches Zielmonitoring als integraler Bestandteil einer ZVP-Implementierung

Ziel

Installation des ZVP als operatives Steuerungsinstrument für das Unternehmen.

Inhalt

- In Form eines Workshops werden Struktur, Inhalte und Methodik des ZVP sowie Vorteile und Nutzen für die operative Ausrichtung des Unternehmens dargestellt
- Die Analyse von Stärken und Verbesserungspotenzialen wird für das eigene Unternehmen realisiert
- In einem strukturierten Priorisierungsprozess werden aus den Verbesserungsbereichen relevante Zielthemen erarbeitet
- Für die festgelegten Ziele werden durchgängig Maßnahmen, Verantwortlichkeiten, Termine und Messgrößen definiert
- Weitere Themenstellung ist die Kaskadierung der operativen Unternehmensziele in die entsprechenden Unternehmensbereiche
- Abschließend wird ein Monitoring- und Controllingprozess bezüglich der Umsetzung der Ziele aufgezeigt

Beispiel

- 1. Tag: Vermittlung der ZVP-Grundlagen mit Praxisübungen. Festlegung von Maßnahmen zur Vorbereitung und Planung der Stärken- und Potenzialanalyse und Benennung von Zielverantwortlichen
- Zwischen 1. und 2. Tag: Vorbereitung der Stärken- und Potenzialanalyse durch die Zielverantwortlichen
- 2. und 3. Tag: Vorstellung der Stärken- und Potenzialanalyse für das Unternehmen. Priorisierung und Ableitung von Zielen mit Maßnahmen, Verantwortlichkeiten, Terminen und Messgrößen

Workshop Key Account Management (KAM)

Kundennutzen

- Sicherheit und systematisches Vorgehen bei der Einführung KAM durch erfahrene, externe Begleitung
- Sensibilisierung der Führungskräfte, Mitarbeiter bezüglich Markt, Kunden, Wettbewerber und eigenes Unternehmen
- Konkrete messbare gemeinsam verabschiedete Strategien und Ziele zu KAM

Ziel

Einführung von Key-Account-Management incl. Erarbeitung von Strategien und Zielen für KAM.

Inhalt

- Einführung und Grundlagen des KAM
- Formen von KAM
- Aufgaben und Rolle des KA-Managers
- Bewusstmachung: Aufgabe und Rolle des KA-Managers
- Vermittlung von Methoden zum Aufbau und Weiterentwicklung von KAM
- Sensibilisierung auf zukünftige Geschäftsentwicklung, Entwicklung von Leitbildern und Strategien unter Berücksichtigung externe Analysen und interne Analysen (z.B. SWOT-Analyse), Gesamtzusammenhänge verstehen und Informationsaustausch fördern
- Beispielübungen
- Umsetzung am eigenen Unternehmen

Beispiel

1,5 Tagesworkshop für bis zu 15 Teilnehmer