

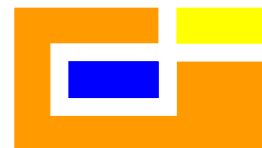


**orangecosmos**  
ERKENNEN – AUSSCHÖPFEN – VERBLÜFFEN



**Mag. Andreas Gumpetsberger, MBA**

**Mag. Harald Schützinger**



# VORSTELLUNG



**orangeecosmos**

ERKENNEN – AUSSCHÖPFEN – VERBLÜFFEN

**Beratungsansatz / Philosophie:**

**Erkennen • Ausschöpfen • Verblüffen**

## **Strategieentwicklung und - umsetzung**

### **Gesamtstrategien**

Unternehmen

Organisationen

Personen

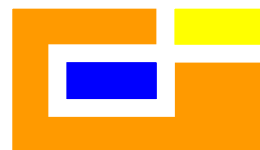
### **Teilstrategien**

Marketingstrategien

Innovationsstrategien

Personalstrategien

- **Spezialisiert auf Strategie,**
- **Einzig- und neuartige Instrumente,**
- **Prozesswissen um schnell zum Ergebnis zu kommen**
- **Begleitung bis zum Erfolg**

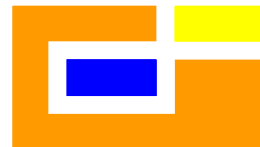


# Was bringt Strategie?

## ANTWORTEN:

- Wo stehe ich in 5 Jahren?
- Wie kann ich das Unternehmen dort hin **entwickeln**?
- Ist das effektiv, was ist als Unternehmer / Unternehmen mache? Mache ich die **richtigen Dinge**?
- Wie bringe ich die gesamte Organisation dazu **gemeinsam ein Ziel** zu verfolgen?
- Wie kann ich **Energie & Spaß** erhöhen?


... UND nachhaltig Gewinn machen



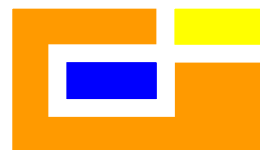
# JEDES UNTERNEHMEN FOLGT STRATEGIEN

und diese Strategien können sein ...

<p><b>Effektiv =</b> DAS RICHTIGE MACHEN !</p> <p><b>Effizient =</b> ES RICHTIG MACHEN !</p>	<p>nicht effektiv/ effizient</p>
<p>effektiv/ nicht effizient</p>	<p>nicht effektiv/ nicht effizient</p>



Dies erreichen Sie durch den richtig gesteuerten  
Strategieprozess ...

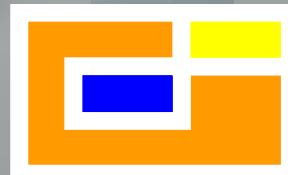
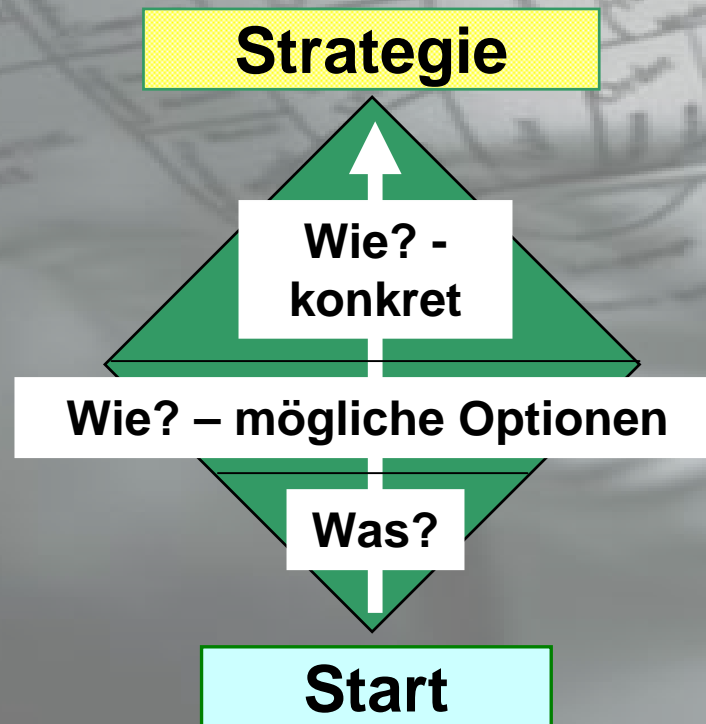


# Beschleunigung im Strategieprozess

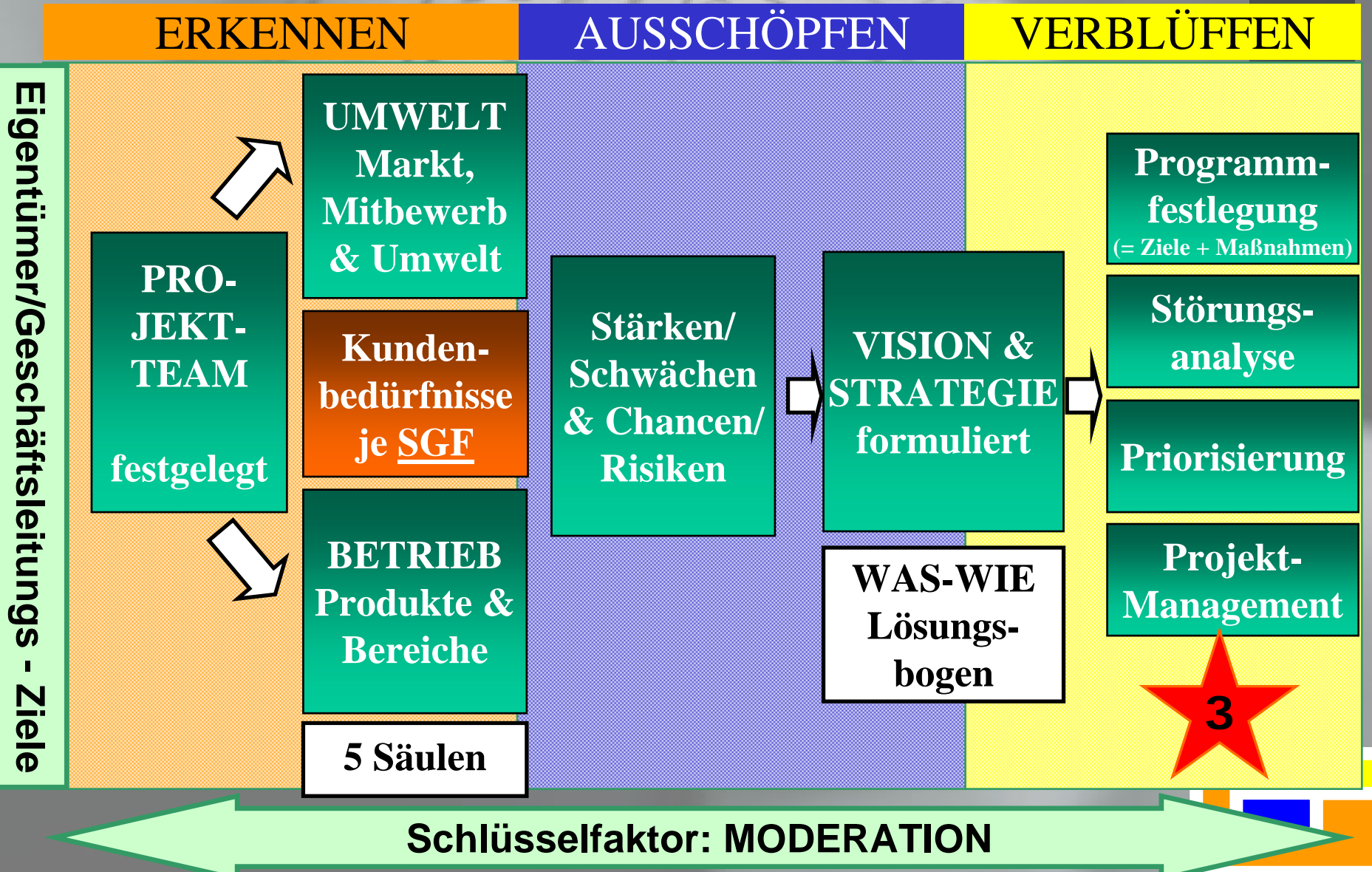
## WAS-WIE Modell:



- Zuerst kommt die Erarbeitung der Erfolgskriterien
- DANN erst wird über die Ideen diskutiert



# Unternehmensstrategie - Entwicklung & -umsetzung



# Strategieentwicklung anhand eines (erfundenen) Beispiels

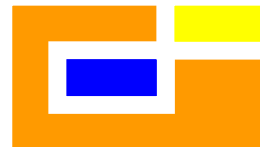
**Firma:** Magdalena IT & Consulting GmbH

**Eigentümer / GF:** Max Bauchladen (52)

**Leistungen:** Software • Programmierung von Individualsoftware • Branchensoftware für Bäcker und Konditoren • Hardware • Consulting • Homepage-Design • EDV-Schulungen • Support, etc.

**Kunden:** hauptsächlich kleine und z.T. mittelständische Firmenkunden aus der Region (Ausnahme Branchensoftware), langjährige Stammkunden

**Sonstiges:** 13 Mitarbeiter, über 20 Jahre am Markt, stärkerer Wettbewerbsdruck seit 2001



# Strategische Geschäftsfelder

## A. Zielgruppen (ZG) sind ....

▶ extern abgrenzbare / unterscheidbare,

▶ intern homogene Kundengruppen,

▶ welche auch erreicht werden können.

Zielgruppen teilen  
den Markt in  
Segmente ein

*Einteilungskriterien können sein:*

*(Produktarten, Regionen, Demographie [Alter, Familienstand],  
psychologische Faktoren [Typen, Lifestyle], Verhalten, etc.)*

## B. Strategische Geschäftsfelder (SGF) sind ...

▶ Produkt- / Markt-Kombinationen,

▶ welche eigens behandelbar sind.

*Eigens behandelbar = eigens planbar, steuerbar, organisatorisch  
unterscheidbar und vom Kunden in der Leistung unterscheidbar.*

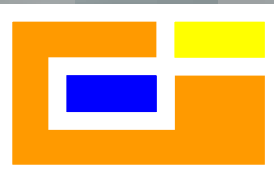
# Strategieentwicklung anhand eines (erfundenen) Beispiels

**Leistung + Kunden/Zielgruppen = Geschäftsfelder:**

- 1) Softwareauswahl für kfm. Software für kleine Unternehmen (1 bis 30 MA) im regionaler Nähe
- 2) Softwareauswahl für kfm. Software für mittlere Unternehmen (30 bis 250 MA) in ganz OÖ
- 3) Homepage-Design für die KMU (gem. 1) u. 2))
- 4) Hardwareverkauf und Support für die KMU in regionaler Nähe
- 5) Branchenlösung für Bäcker und Konditoren (von Lagerverwaltung über Produktionssteuerung bis kfm. Software) (Unternehmen in ganz Ö.)
- 6) Schulungen von Standardsoftwareprodukten (wie MS-Office) für Anwender in den KMUs (1 und 2)



**"Bewegung ist die Ursache des Lebens  
- Alles Leben ist Bewegung"**  
*Leonardo Da Vinci*

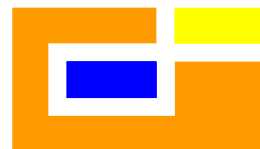
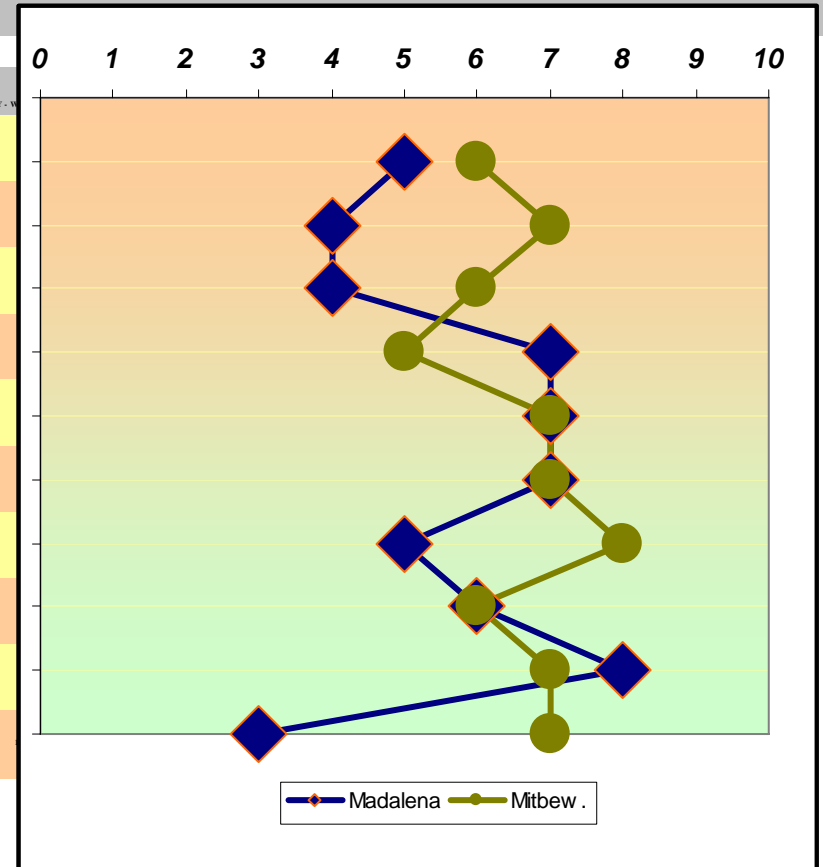


# Stärken & Schwächen-Analyse

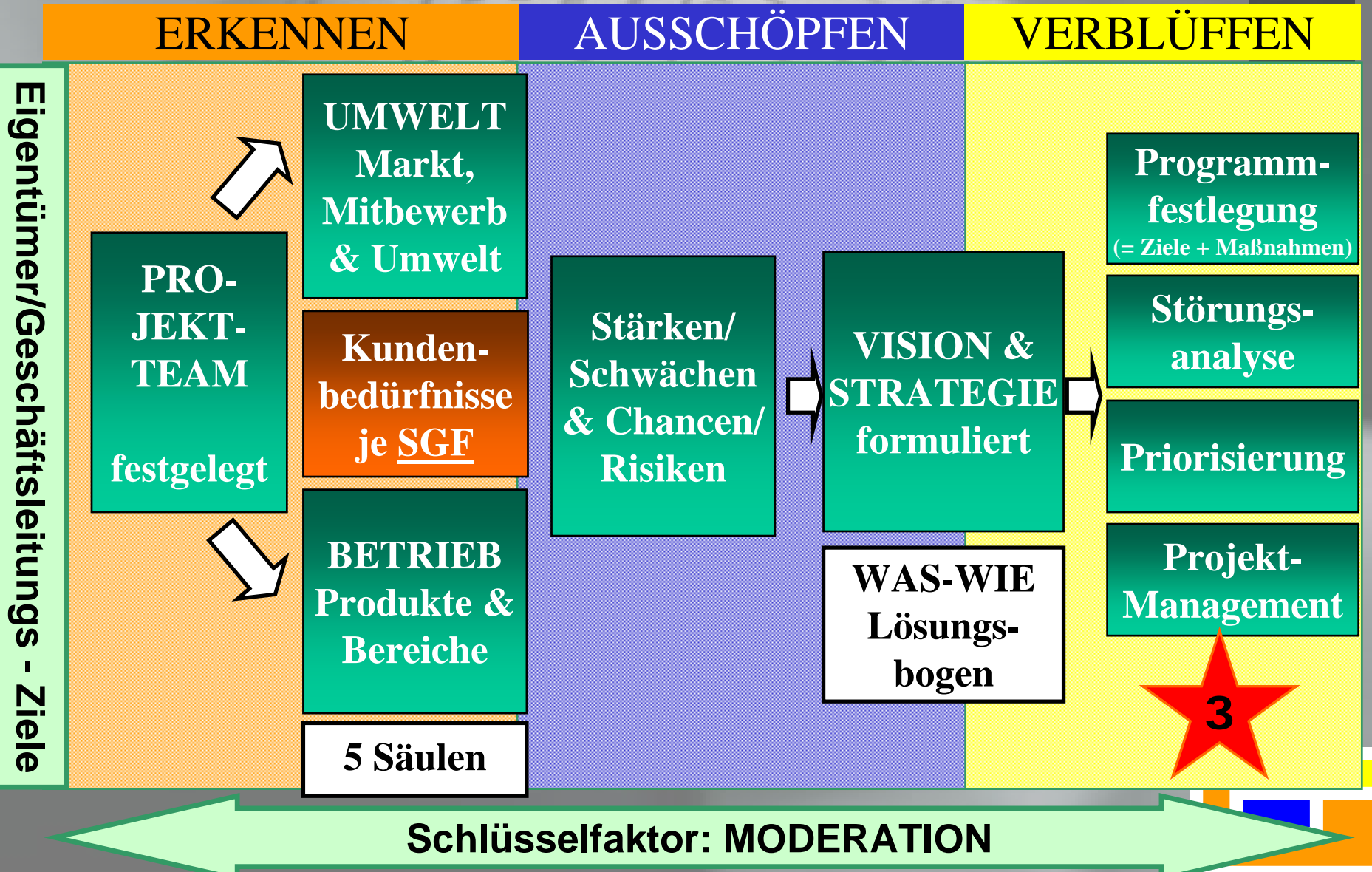
## Erfolgspotentiale Magdalena

0 = nicht genügend; 5=durchschnittlich; 10 = ausgezeichnet

	Madalena	Mitbew.
Termintreue	5,00	6,00
Organisation	4,00	7,00
Preisstellung	4,00	6,00
Qualität Produkte / Leistungen	7,00	5,00
Qualität Service & Beratung	7,00	7,00
Kundenzufriedenheit	7,00	7,00
Neuheits- & Innovationsgrad	5,00	8,00
Ressourcen & Kapazitäten	6,00	6,00
Beziehung zum Kunden	8,00	7,00
Vermarktung der Leistung	3,00	7,00



# Unternehmensstrategie - Entwicklung & -umsetzung



# Ableitung der STRATEGIE

## 1. VISION

d.h. wo soll sich das Unternehmen in 5 Jahren befinden? Welches Bild ergibt sich hier für Sie?" -> Herausforderung

## 2. MISSION

d.h. wie sollen die anderen (= Kunden, Lieferanten, ...) Ihr Unternehmen auf dem Weg zur Vision sehen? Welche Kern-Aufgaben erfüllt das Unternehmen für diese Gruppen?" -> Slogan

## 3. POSITIONIERUNG & USP

d.h. der Unterschied der den Unterschied macht – im Vergleich zum besten / härtesten Mitbewerb

## 4. GRUNDSTRATEGIE

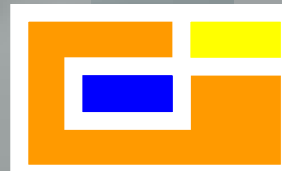
„Welche Grundstrategie soll das Unternehmen in den nächsten beiden Jahren verfolgen? – d.h. was ist der umsetzbare Rahmen und was sind die Ziele für die nächsten 2 Jahre?“

Innensicht

Außensicht

Einzigartigkeit

Konkret





# Grundsätze für die Strategiearbeit

Strategieprinzip 5: **Selbst Vorbild sein**

Strategieprinzip 6:

**Beachtung der 4 Wachstumfelder mit Fokus auf Nutzenerhöhung**

Arbeitsprinzip 1:

**WAS vor dem WIE**

**&**

**Lösungsspeicher sowie  
KARO - SYSTEM**

Prozessablauf Ebene 1:

**Für alle Bereiche / 5 Säulen**

**Erkennen**

**Ausschöpfen**

**Verblüffen**

Arbeitsprinzip 2:

**Probleme in  
„Hinzu-Ziele“  
verwandeln**

Prozessablauf Ebene 2:

**Abschöpfen**

**Irritieren**

**Neues Schaffen**

Strategieprinzip 7:

**Innovation**

**permanent u. 70 %  
engpassorientiert**

Strategieprinzip 8:

**Ziele ableiten**

Strategieprinzip 4:

**Zwang zur  
Weitsicht**

Strategieprinzip 3:

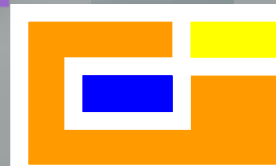
**Fokus auf den  
zentralsten  
Engpass samt  
Spezialisierung**

Strategieprinzip 2:


**Fokus auf  
Zielgruppen &  
deren Bedürfnisse**

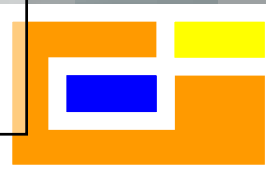
Strategieprinzip 1:

**Fokus auf  
Stärken stärken**

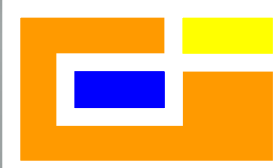
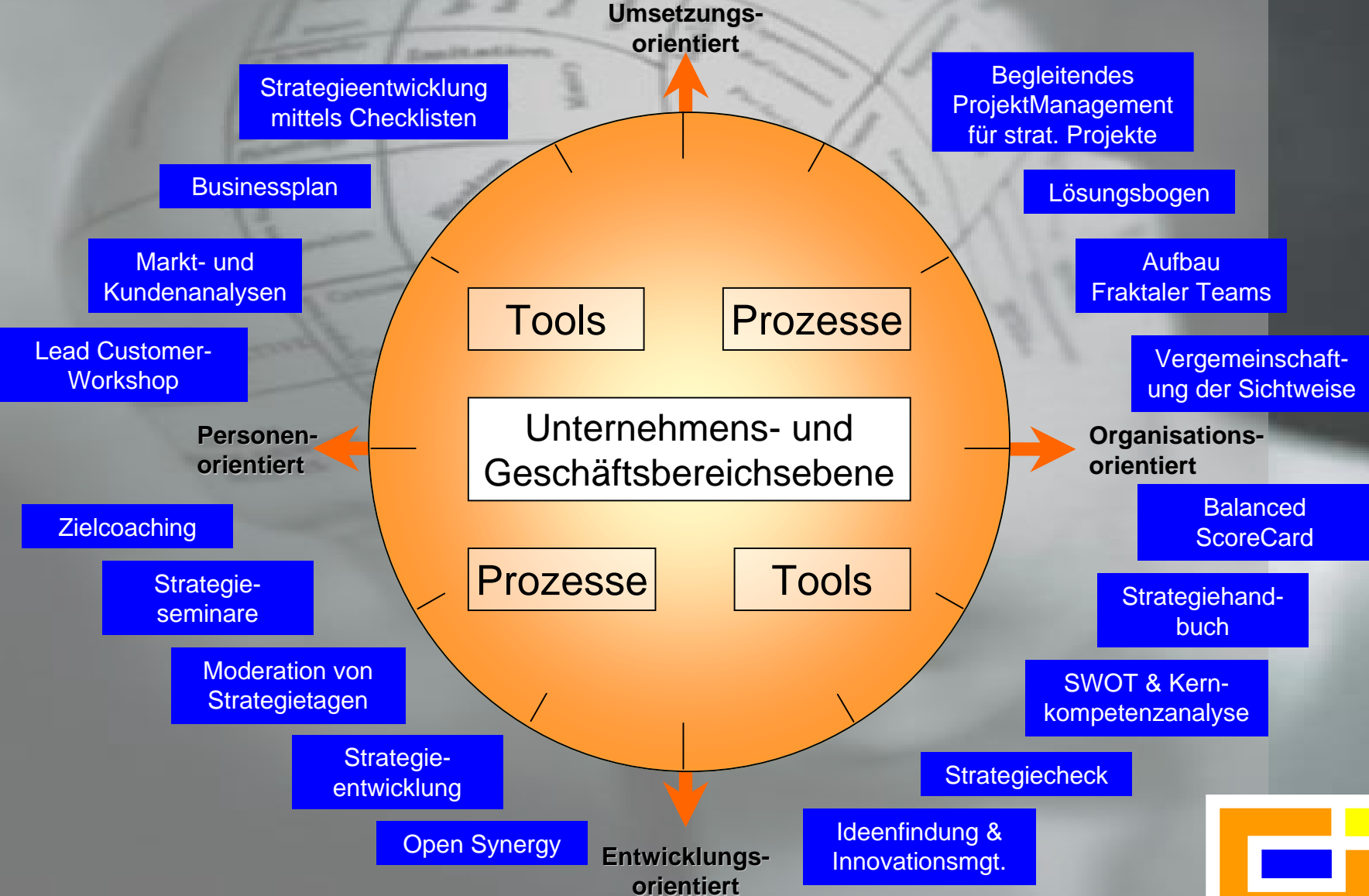


## Die 5 Erfolgskriterien

- ① Beachtung der **Prinzipien** mittels klarem Ablauf 
- ② **Gemeinsam Erkennensarbeit** (z.B. Kundennutzen) mit Führungskräften durch **moderierten Strategieworkshop**
- ③ **Vergemeinschaftete und schriftlich definierte Visionen und Grundstrategien**
- ④ Daraus abgeleitete, **priorisierte UND schriftliche** Maßnahmen mit klaren Verantwortlichen und Zeitlimits
- ⑤ Ein **professionelles Projektmanagement** zur Umsetzung der strategischen Projekte



# Leistungsspektrum Clockwork Orange



**Wir danken für Ihre Aufmerksamkeit**



**orange**cosmos

**ERKENNEN – AUSSCHÖPFEN – VERBLÜFFEN**

[www.orange-cosmos.com](http://www.orange-cosmos.com)

**Ansprechpartner :**

Mag. Andreas Gumpetsberger, MBA

Mag. Harald Schützinger

[gumpetsberger@orange-cosmos.com](mailto:gumpetsberger@orange-cosmos.com)

[schuetzinger@orange-cosmos.com](mailto:schuetzinger@orange-cosmos.com)

0664-4228655

0664-2413980

