



Teil 2

IST-Analyse

Beginnen Sie HEUTE an Ihrem
Fundament für MORGEN zu arbeiten

Vorwort

Herzlichen Glückwunsch und vielen Dank, dass Sie sich für diesen Lehrgang entschieden haben. Damit haben Sie den ersten entscheidenden Schritt getan, um mehr Interessenten zu finden, diese in zahlende Kunden zu verwandeln, und um letztlich mehr Umsatz & Gewinn zu erwirtschaften.

Lassen Sie sich bitte nicht vom Umfang und von der Detailtiefe der Fragen beeindrucken. Arbeiten Sie einfach eine Frage nach der anderen ab. An die Reihenfolge müssen Sie sich nicht unbedingt halten, doch es würde Ihre „Reise“ etwas vereinfachen.

Egal was Ihre Intention für Ihre Teilnahme an diesem Lehrgang ist. Die Ergebnisse werden Sie garantiert weiterbringen. Vielleicht ist es nur eine einzige Idee, doch eine Idee alleine reicht aus, um vieles zu verändern.

Ich wünsche Ihnen alles Gute und maximale Erfolge bei allen Ihren Vorhaben und hoffe, dass ich schon recht bald wieder von Ihnen hören werde.

Marc Perl-Michel

Fokusveränderer.

Neuer Fokus! Neue Ideen!

Analyse Ihrer derzeitigen IST-Situation

Schritt I: Grundinformationen

Name Ihres Unternehmens, Gründungsjahr und weitere

Grundinformationen:

.....

.....

.....

.....

.....

Welche Geschäftsbereiche und/oder
Unternehmensschwerpunkte gibt es?

.....

.....

.....

.....

.....

Leistungen/Produkte/Angebote	Anteil in % am Gesamtumsatz

Welche Zielgruppe(n) hat Ihr Unternehmen?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zielgruppe	Umsatz in %

Weitere Informationen zu Leistungen und Angeboten:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Welche Leistungen/Produkte werden von Ihren Kunden am meisten geschätzt?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Welche Kundenprobleme lösen Sie, Ihre Angebote und/oder Ihr Unternehmen?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Welche davon lösen Sie oder Ihr Unternehmen besser als alle anderen am Markt aktiven Mitbewerber?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Welche Besonderheiten bieten Sie, Ihre Angebote oder Ihr Unternehmen Ihren Kunden? (z.B. in Sachen Service, Preis, Qualität, Lieferzeiten, Reklamationsmanagement, Beratungen etc.)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Welche immateriellen Faktoren legen Sie mit in die Waagschale?

.....

.....

.....

.....

.....

Bei welchen Zielgruppen haben Sie den größten Erfolg?

.....

.....

.....

.....

.....

Bei welchen Zielgruppen haben Sie den geringsten Erfolg?

.....

.....

.....

.....

.....

Über welches spezielle Know-how verfügen Sie oder Ihre Mitarbeiter?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

In welchem Marktsegment haben Sie sich positioniert?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Welches Image haben Sie/Ihr Unternehmen am Markt?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Was traut man Ihnen oder Ihrem Unternehmen zu?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Über welche Beziehungen verfügen Sie oder Ihre Mitarbeiter? (*wichtige Kooperationspartner, Presse und TV, Meinungsführern, Verbände, Xing, Facebook etc.*)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Welche Vorteile hat Ihr derzeitiger Standort?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Über welche anderen Stärken verfügen Sie bzw. Ihr Unternehmen?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ihre dominierenden Stärken

Bewerten Sie nun bitte die Stärken auf der rechts neben der Tabelle stehenden Bewertungsskala (siehe nächste Seite).

Beim Kriterium „Mitbewerber“ bedeutet die Bewertung bis 100, dass die Stärke eindeutig besser als die der Mitbewerber ist, 50 bedeutet, dass diese Stärke eher durchschnittlich, also gleich mit der Leistung der Mitbewerber ist. 0 heißt, dass die Leistung unbedeutend ist, bzw. die Mitbewerber eindeutig überlegen sind. Diese Bewertungen werden in blau angegeben (x).

Bei dem Kriterium „Zielgruppe“ bedeuten 100, dass diese Stärke von der Zielgruppe als herausragend angesehen/wahrgenommen wird. 50 bedeutet, dass diese Stärke in der Zielgruppe als durchschnittlich angesehen/wahrgenommen wird, und 0 bedeutet, dass diese Stärke der Zielgruppe vollkommen gleichgültig ist/wahrgenommen wird. Die Bewertungen werden in rot angegeben (x).

Stärke	Bewertung
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100
	0 ----- ----- 100 0 ----- ----- 100

Schritt 2: Was unternehmen Sie aktuell?

Was machen Sie aktuell, um neue Kunden zu gewinnen?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Welche Erfahrungen haben Sie bisher gesammelt?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Wo hakt es Ihrer Meinung nach, bzw. was könnte Ihrer Meinung nach besser laufen?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Welche rationalen/irrationalen Ängste halten Ihre Kunden von einer Entscheidung ab?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Welches Problem gibt es konkret zu lösen?

.....

.....

.....

.....

.....

Welche Ängste/Wünsche treiben Sie an?

.....

.....

.....

.....

.....

Welche weiteren Sorgen gibt es zu meistern?

.....

.....

.....

.....

.....

Was ist Ihnen besonders wichtig?

.....

.....

.....

.....

.....

Was gibt es noch, das Sie in der Nacht wachhält und vor Sorgen an die Decke starren läßt?

.....

.....

.....

.....

.....

Gibt es noch etwas, was ich noch wissen sollte?

.....

.....

.....

.....

Schritt 3: Wie soll Ihre Zukunft aussehen?

Bitte definieren Sie Ihr Unternehmensziel...

... für das nächste Jahr:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

... für die nächsten fünf Jahre

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

... für die nächsten 10 Jahre:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Wenn Sie sicher wären nicht scheitern zu können, was würden Sie dann am liebsten tun?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....