



Checkliste zur „Fitnessüberprüfung“ der eigenen Unternehmensstrategie:

Mit dieser Checkliste könne Sie überprüfen wie gut Ihre Unternehmensstrategie definiert ist und wo allenfalls Lücken zu schließen sind. Bei Fragen kontaktieren Sie uns: walo@vonmuhlenen.net

Fragen	5 = vollständig vorhanden, 1 = nicht vorhanden				
	5	4	3	2	1
1. Das Unternehmensprofil und die Mission existiert?					
2. Der eigene Markt (Angebot/Geographisch) ist definiert und die Marktstruktur ist bekannt?					
3. Die zu bearbeitenden Märkte sind definiert?					
4. Die Stärken und Schwächen der eigenen Unternehmung sind bekannt?					
5. Die Erfolgsfaktoren und K.O. Kriterien für den Markt sind bekannt?					
6. Die eigenen strategischen Erfolgspositionen sind definiert?					
7. Die Wertkette ist bekannt und analysiert?					
8. Die Optimierung der Wertkette wurde definiert?					
9. Die Deckungsbeiträge pro Produkt und Absatzkanal sind bekannt?					
10. Die Produkteverwender, die Marktsegmente die Größe und Potentiale sind bekannt?					
11. Die Teilmärkte und deren Größen und Potentiale sind bekannt?					
12. Das politische, soziale, ökonomische Umfeld ist analysiert und Trends wurden erfasst und wurden auf Ihren Einfluss auf das Unternehmen hin bewertet?					
13. Die Stakeholders und deren Leader sind bekannt? (Kapitalgeber, Mitarbeiter, Lieferanten, Kunden, etc.)					
14. Die externen Beeinflusser sind bekannt und ihr Einfluss wurde bewertet?					
15. Die Absatzkanäle, ihre Bedeutung für den Markt und das Unternehmen sind bekannt?					
16. Die Trends in der Distribution wurden analysiert und für das Unternehmen gewichtet?					
17. Die Konkurrenz, deren Marken, Entwicklung, Stärken und Schwächen sind bekannt?					
18. Die Wettbewerbsstrategie ist definiert? (Marktentwicklung, Teilmamentwicklung oder Konkurrenzstrategie)					
19. Das Angebot ist klar positioniert und hinsichtlich der Wettbewerbsstrategie abgestimmt?					
20. Die Absatzkanäle und deren Bearbeitung sind bestimmt?					
21. Die Maßnahmen Schwerpunkte für Produkteverwender, Handel, Externe Beeinflusser und Stakeholder sind bestimmt?					
22. Die Umsatz/Absatzziele pro Produkt/Segment/Teilmarkt wurden definiert?					
23. Die Ertragsziele pro Produkt / Absatzkanal wurden definiert?					



24. Die Finanzierung und die notwendige Infrastruktur sind sichergestellt?					
25. Die Strategie wurde von Externen auf Ihre Plausibilität überprüft?					

Auswertung: Maximal Punktzahl 125

100 – 125 Punkten:

Sehr gut, die Aufgaben sind größtenteils gemacht

80 – 100 Punkte

Gut; Es gibt Verbesserungspotential

60 – 80 Punkte

Die Strategie ist nicht klar definiert

40 – 60 Punkte

Die Strategie ist mangelhaft