

## „Unternehmens-Check“ – die ausführliche Stärken-Schwächen-Analyse

- Nehmen Sie sich ein Blatt und einen Stift. Teilen Sie das Blatt in zwei Spalten und überschreiben Sie eine davon mit „Stärken“, die andere mit „Schwächen“.
- Wählen Sie aus der Checkliste unten die Punkte, die für Sie und Ihr Unternehmen besonders wichtig sind, um Ihre Stärken- und Schwächen-Liste zu erweitern.
- Fragen Sie, wenn möglich, auch Ihre Mitarbeiter sowie enge Geschäftspartner und Kunden nach Ihrer Einschätzung.
- Teilen Sie Ihr Unternehmen in einzelne Funktionsbereiche ein: Projektabwicklung, Produktion, Marketing, Vertrieb, Kundenbetreuung etc. Für jeden dieser Bereiche sollten Sie eine eigene Stärken-Schwächen-Betrachtung vornehmen. Verschaffen Sie sich, falls Sie das nicht bereits getan haben, zu diesen Punkten auch einen Überblick über Ihre wichtigsten Wettbewerber. Informieren Sie sich auf deren Internetseite über das, was diese als Kundennutzen darstellen und vergleichen Sie sich damit. Die folgenden Fragen helfen Ihnen dabei, sich unbewusster Stärken und Schwächen im Vergleich zu Ihrer Konkurrenz bewusst zu werden. Sie sollten daraus eine Auswahl an Punkten treffen, die für Ihr Unternehmen besonders wichtig sind, und die Liste bei Bedarf weiter ergänzen.
- Wie ist Ihr Image bei Kunden und Nicht-Kunden?
- Wie gut ist Ihr Standort?
- Welchen Wissensvorsprung haben Sie gegenüber Konkurrenten? Worin sind Sie besser (aufgrund von Ausbildung, Erfahrungen, Zusatzkenntnissen)?
- Über welches fachliche Know-how verfügen Sie?
- Wie flexibel sind Sie im Vergleich zum Wettbewerb?
- In welche Verbände/Netzwerke sind Sie eingebunden?
- Wie innovativ und wie kreativ sind Sie?
- Wie finanzkräftig sind Sie?
- Wie gut ist Ihr Führungssystem?
- Verfügen Sie über gute Beziehungen?
- Wie bewerten Ihre Kunden Sie im Hinblick auf Zuverlässigkeit und Vertrauen?
- Welche Kostenvorteile können Sie bieten?
- Wie leicht kann Ihr Angebot durch andere Anbieter ersetzt werden?
- Führen Sie regelmäßig eine strategische Planung durch?
- Sind Sie jederzeit über den finanziellen Stand Ihres Unternehmens informiert?
- Wie hoch ist die Qualität Ihres Angebotes?
- Wie gut können Sie die Probleme Ihres Kunden lösen?
- Verfügen Sie über Patente?
- An welchen Standards oder Normen orientieren Sie sich?
- Wie viel Vorlaufzeit benötigen Sie, bevor Sie für den Kunden arbeiten können?
- Wie nah sind Sie Ihren Kunden? Können Sie auf Abruf vorbeikommen/ liefern?
- Wie sehen Ihre Konditionen aus? Welche Vorteile bieten Sie hier gegenüber dem Wettbewerb?
- Wie viel Zeit nehmen Sie sich für den Vertrieb?
- Wie gut betreiben Sie Marketing?
- Wie genau ist Ihre Zielgruppe bestimmt?
- Werden Sie im Markt als kompetenter Ansprechpartner für Ihre Leistungen wahrgenommen?
- Wie gut ist Ihr Service?
- Welche Zusatznutzen bieten Sie Ihren Kunden an?
- Wie binden Sie Ihre Kunden?