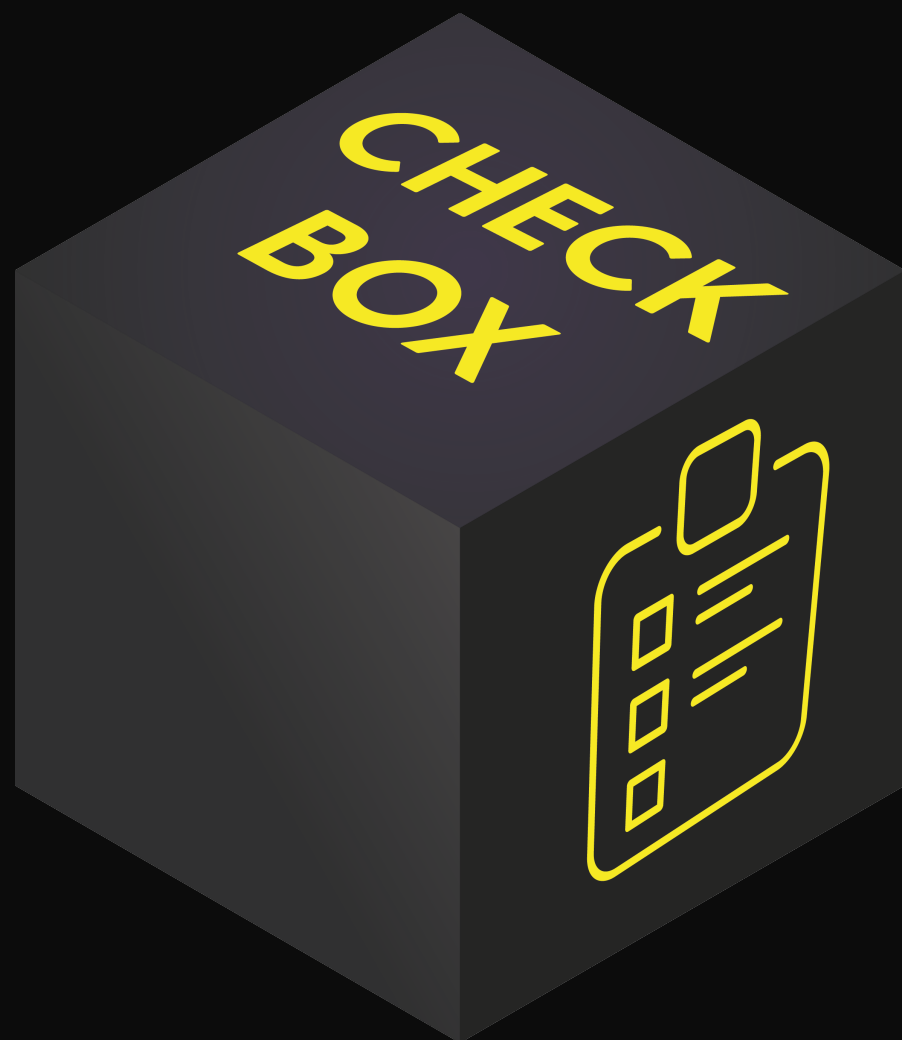


CHECK BOX

360° Feedback
Business Potential



CHECK BOX - BUSINESS POTENZIAL

Das Instrument **CHECK BOX** - BUSINESS POTENZIAL ist eine Selbsteinschätzung der Stärken und dem Potenzial deines Unternehmens.

Sie unterstützt die Entwicklung, Anwendung und Kontrolle von strategischem Denken und Handeln im Unternehmen.

Im Rahmen unserer Zusammenarbeit besprechen wir die Analyse sowie das Ergebnis und – ganz wichtig – die anstehenden Maßnahmen.

Wir wissen um die Sensibilität der Daten. Wenn Du eine ergebnisspezifische Analyse und eine Rückmeldung wünschst, freuen wir uns über Deine Kontaktaufnahme.

AUFBAU DER FRAGEKAPITEL

Die Standortbestimmung ist in sieben Themen geordnet.

- A) Nach innen gerichtetes Fragen (Stärken)
- B) Nach außen gerichtetes Fragen (Chancen)
- C) Fragen zum Geschäftsmodell
- D) Fragen zum Human Kapital
- E) Fragen zur Innovationskraft
- F) Fragen zu den Kernkompetenzen
- G) Fragen zu den Ressourcen

Der Aufbau aus Kapiteln und Fragen spiegelt das strategische Arbeiten eines Unternehmens, so wie es von uns als Handwerk verstanden, vermittelt und moderiert wird. Jedes Kapitel besteht aus 10 Fragen die alphanumerisch (A1, A2 etc.) nummeriert sind.

Die Fragen sind wie folgt zu beantworten:

- 1 = trifft nicht zu – Hier sind wir schwach.
- 2 = trifft eher nicht zu – Wir sind uns bewusst, dass es besser geht.
- 3 = ist okay so – Ist aktuell in Ordnung.
- 4 = trifft eher zu – Hier erzielen wir gute Resultate.
- 5 = trifft vollständig zu – Hier sind wir top.

A - Nach innen gerichtetes Fragen (Stärken)

trifft nicht zu – Hier
sind wir schwach.

1

2

3

4

5

trifft vollständig zu –
Hier sind wir top.

A1 Kennt die Unternehmensleitung die Stärken und Schwächen des Unternehmens?

A2 Kennt die Geschäftsleitung ihr Kerngeschäft und bestehen dafür Strategien?

A3 Kennt die Geschäftsleitung die Grundlagen der Wettbewerbsvorteile von heute und die von morgen?

A4 Plant die Unternehmensleitung genügend Zeit ein, um mit den führenden Mitarbeitern eine gemeinsame Sicht der Zukunft aufzubauen?

A5 Kann folgende Frage schlüssig beantwortet werden: Welches sind die Grundlagen der Wettbewerbsvorteile von heute und welche werden sie morgen sein, schlüssig beantwortet werden?

A6 Können folgende Fragen schlüssig beantwortet werden? Welche schwer imitierbaren Fähigkeiten besitzt das Unternehmen heute? Welche wird sie morgen besitzen um sich auch künftig entscheidend von den Mitbewerbern abzuheben?

A7 Kennt die Unternehmensleitung welche Kernkompetenzen das Unternehmen besitzt und welche neuen Kernkompetenzen aufgebaut werden müssen?

A8 Hat die Unternehmensleitung einen Plan, welche neuen Produkte / Dienstleistungen eingeführt werden sollen?

A9 Kann die Unternehmensleitung die Frage: „Woher stammen die Gewinne und Wertsteigerungen heute und woher werden sie in Zukunft kommen?“, schlüssig beantworten?

A10 Hat die Unternehmensleitung eine Vorstellung, welche strategischen Allianzen geknüpft werden können beziehungsweise welche geknüpft werden sollen?

B - Nach aussen gerichtetes Fragen (Chancen)

trifft nicht zu – Hier
sind wir schwach.

1

2

3

4

5

trifft vollständig zu –
Hier sind wir top.

B1

Kennt die Unternehmensleitung Einflüsse und Kräfte, welche die Struktur der Branche grundlegend verändern können?

B2

Kennt die Geschäftsleitung die Grundzüge der Veränderungen in der Gesellschaft?

B3

Kann die Unternehmensleitung abschätzen, wie sich die Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden verändern werden?

B4

Kann die Unternehmensleitung abschätzen, wie sich die Bedürfnisse und Erwartungen der übrigen Beziehungsgruppen verändern werden?

B5

Kennt die Unternehmensleitung die daraus folgenden Konsequenzen für die eigene Unternehmung?

B6

Kennt die Unternehmensleitung die relevanten Umweltfaktoren (Technologie, Märkte, Innovationen, Gesellschaft) des Unternehmens und deren Entwicklungstrends?

B7

Hat die Geschäftsleitung eine Idee, wie die Mitbewerber auf Veränderungen mit bester Wahrscheinlichkeit antworten werden (Investitions- und Marktstrategien)?

B8

Hat die Geschäftsleitung ein umfangreiches Informationssystem und werden exogenen Daten und Fakten mit internen Kennzahlen korreliert?

B9

Werden Annahmen auf denen Strategien und das Geschäftsmodell basieren, schriftlich dokumentiert und periodisch überprüft?

B10

Überprüft die Unternehmensleitung jährlich die Entwicklungen im Markt und verfolgt sie neue Möglichkeiten und Chancen?

C - Fragen zum Geschäftsmodell

trifft nicht zu – Hier
sind wir schwach.

1

2

3

4

5

trifft vollständig zu –
Hier sind wir top.

C1 Ist das Geschäftsmodell einfach skalierbar?

C2 Haben unsere Kunden einen erheblichen Aufwand, um zu einem Konkurrenten zu wechseln?

C3 Realisierst du mit deinem Geschäftsmodell wiederkehrende Umsätze?

C4 Können mit dem Geschäftsmodell Umsätze realisiert werden, bevor investiert wird?

C5 Wie sehr animiert dein Geschäftsmodell Kunden und andere Player, kostenlos Mehrwert für dein Unternehmen zu kreieren?

C6 Ist das Geschäftsmodell schwer kopierbar?

C7 Deckt das Geschäftsmodell die realen Bedürfnisse der Kunden ab – also ein „Need“ und kein „Nice to have“?

C8 Werden die normativen Werte des Unternehmens konsequent im Geschäftsmodell abgebildet?

C9 Bildet das Geschäftsmodell die Wertschöpfungskette ab und wird dadurch ein Mehrwerte erschafft, der nicht leicht kopierbar ist?

C10 Überprüft die Geschäftsleitung periodisch das Geschäftsmodell und kennen die Führungskräfte die exogenen Faktoren, die das Geschäftsmodell beeinflussen?

D - Fragen zum Human Kapital

trifft nicht zu – Hier
sind wir schwach.

1

2

3

4

5

trifft vollständig zu –
Hier sind wir top.

- | | | |
|-----|--|--|
| D1 | Identifiziert sich die Unternehmensleitung mit den in der Unternehmenskultur vermittelten Werten und Normen, und lebt es diese vor? | |
| D2 | Führen die Führungskräfte die Mitarbeiter nach modernen und allgemein akzeptierten Richtlinien? | |
| D3 | Kann die Unternehmensleitung die Mitarbeiter inspirieren, sich freiwillig und begeistert für die Verwirklichung gemeinsamer Ziele einzusetzen und zwanglos Spitzenleistungen zu erbringen? | |
| D4 | Kann die Unternehmensleitung die Mitarbeiter anregen und in die Lage versetzen, selbständig und kreativ Probleme zu lösen? | |
| D5 | Hat jeder Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin ein persönliches Entwicklungsziel und die Möglichkeit, dieses Ziel im Rahmen der unternehmerischen Tätigkeit zu erreichen? | |
| D6 | Sind die führenden Personen ein Vorbild, an dem sich Mitarbeiter und auch aussenstehende Personen orientieren können und verkörpern sie die Verantwortung, wahr und fair zu sein? | |
| D7 | Hat die Führungsspanne ein gesundes Mass (zwischen 4 bis 12) Mitarbeiter pro Führungseinheit? | |
| D8 | Ist die Unternehmensleitung fähig, die richtigen Führungskräfte und Mitarbeiter anzuziehen, zu rekrutieren und zu halten? | |
| D9 | Hat die Unternehmung auf allen Ebenen eine gesunde Regeneration durch neue Mitarbeiter und Führungskräfte? (gesund ist die Fluktuation, wenn die Kompetenz stabil bleibt oder zunimmt.) | |
| D10 | Besteht ein Programm für die Nachwuchsförderung? | |

E - Fragen zur Innovationskraft

trifft nicht zu – Hier
sind wir schwach.

1

2

3

4

5

trifft vollständig zu –
Hier sind wir top.

E1

Haben die Führungskräfte und Mitarbeiter die Fähigkeit, aus eigenem Antrieb heraus neue Geschäftsfelder zu entdecken und diese aufzubauen?

E2

Haben die Mitarbeiter dazu das notwendige Wissen, Können und den notwendigen Innovationsgeist?

E3

Haben die Führungskräfte und Mitarbeiter die Möglichkeit, ihre Verhaltensweisen gegenüber den Beziehungsgruppen selbst zu durchschauen und zu hinterfragen. Mit anderen Worten, können sie ihr eigenes Tun in Frage stellen?

E4

Können sich die Führungskräfte und Mitarbeiter von der Abdeckung bestehender Kundenbedürfnisse lösen und qualitativ völlig neue Wege gehen?

E5

... und sind sie fähig, diese neuen Wege in Kernkompetenzen zu wandeln, die den Wert der Unternehmung erheblich steigern?

E6

Besitzt die Unternehmungsleitung Vertrauen in die eigene Innovationskraft und bewertet sie deren Ergebnisse nach eigenen Erkenntnissen?

E7

... das heisst, ist sie bereit, auf das eigene Wissen und Können zu vertrauen und auf den eigenen Pioniergeist zu bauen, auch wenn die Märkte anfänglich skeptisch bis negativ reagieren?

E8

... und ist die Unternehmungsleitung bereit, artikulierte Kundenwünsche zu ignorieren und auf Problemlösungen zu vertrauen, die im eigenen Unternehmen erfunden wurden?

E9

... und ist die Unternehmungsleitung bereit, Vorurteile der Abnehmer zu überwinden, wenn sie Lösungen bietet, welche die Kunden besser bedienen als bestehende Lösungen (auch wenn die Innovationskraft eine neue Lösung für die Abnehmer zu

E10

Ist die Unternehmungsleitung bereit, innovative, in die Zukunft weisende Lösungen mit ausreichenden Ressourcen für das Einführen in den Markt auszustatten – auch wenn die oben artikulierten Hindernisse bestehen?

F - Fragen zu den Kernkompetenzen

trifft nicht zu – Hier
sind wir schwach.

1

2

3

4

5

trifft vollständig zu –
Hier sind wir top.

F1 Verfügt die Unternehmung über Kernkompetenzen im Marketing?

F2 Verfügt die Unternehmung über Kernkompetenzen in der Forschung und Entwicklung?

F3 Verfügt die Unternehmung über Kernkompetenzen in der Produktion?

F4 Verfügt die Unternehmung über Kernkompetenzen in der Logistik?

F5 Verfügt die Unternehmung über Kernkompetenzen in anderen Bereichen?

F6 Steigern die Kernkompetenzen den Nutzen und / oder die Wettbewerbsfähigkeit der Kunden in einem Ausmass, das über dem der Konkurrenz liegt?

F7 Sind die Kernkompetenzen für die Kunden und / oder die Anwender erkennbar wertvoll?

F8 Sind die Kernkompetenzen schwer imitierbar? Das heisst, sind sie schwierig zu kopieren oder hat ein Mitbewerber, mit gleichen Kompetenzen erkennbar weniger Vorteile im Wettbewerb?

F9 Öffnen die Kernkompetenzen potenziell den Zugang zu einer Vielzahl von Märkten, öffnen sie potentiell neue Geschäftsfelder?

F10 Besitzt die Unternehmung Führungskräfte, die strategische Geschäftseinheiten führen können (oder führen), in denen sie mit den Kernkompetenzen der Unternehmung Wettbewerbsvorteile aufbauen und neue Märkte erfinden?

G - Fragen zu den Ressourcen

trifft nicht zu – Hier
sind wir schwach.

1

2

3

4

5

trifft vollständig zu –
Hier sind wir top.

G1

Kennt die Unternehmungsleitung die Deckungsbeiträge der Produkte, Aufträge, Kunden?

G2

Hat die Unternehmungsleitung Kenntnis davon, wo welche Kosten anfallen und werden die Kostenblöcke nach strategischen relevanten Faktoren betrachtet?

G3

Plant und kontrolliert die Unternehmungsleitung die Wirtschaftlichkeit von Investitionen?

G4

Besteht eine Budgetierung und werden die einzelnen Teilpläne aufeinander abgestimmt?

G5

Wird die Budgetplanung nach dem Gegenstromverfahren (Top-down-Vorlauf - Bottom-up-Rücklauf) realisiert?

G6

Hat die Geschäftsleitung einen mittelfristigen Finanzplan und verfügt das Unternehmen über einen aktuellen Liquiditätsplan?

G7

Formuliert die Unternehmungsleitung konkrete Jahreszielgrößen und plant es die für deren Erreichung notwendigen Massnahmen zur Realisierung (Werbung, Verkaufsförderung, Mitarbeiterschulung etc.)?

G8

Erhalten die Budgetverantwortlichen regelmässig Soll-Ist-Vergleiche?

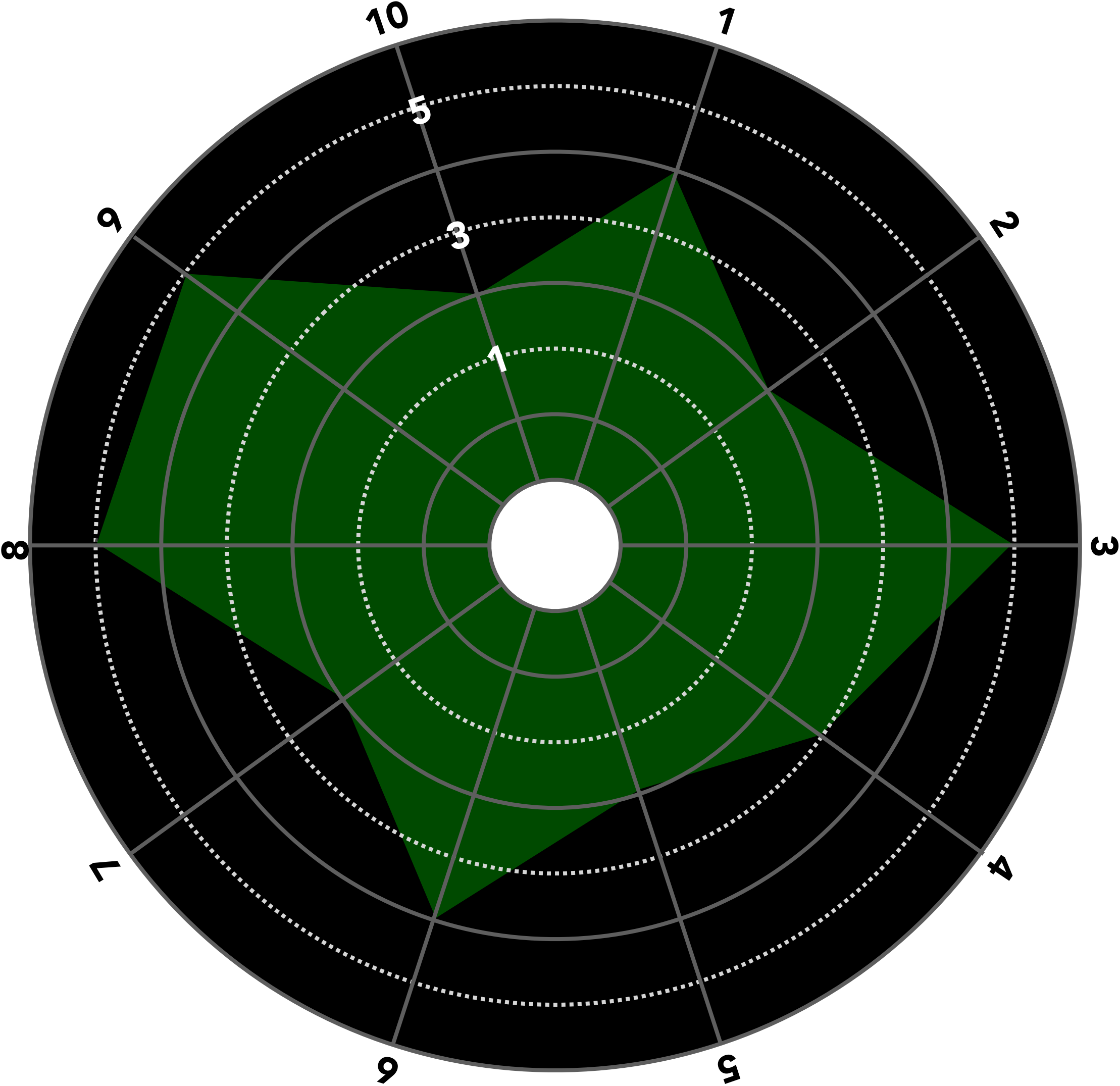
G9

Überprüft die Unternehmungsleitung alle Jahrespläne periodisch bezüglich Abweichungen, und werden entsprechende Korrekturen sofort eingeleitet?

G10

Hat die Unternehmungsleitung eine grobe Mehrjahresplanung für die Geschäftssparten, Kunden, Produkte (Marktanteil, Gewinnbeiträge, Investitionen etc.)?

Auswertung Fragen C - zum Geschäftsmodell



Potenzial Profil ihres Unternehmens

Die Mitglieder der Geschäftsleitung können die CHECK BOX POTENZIAL unabhängig voneinander vornehmen. Im Rahmen unserer Zusammenarbeit besprechen wir Ergebnis und Analyse und, ganz wichtig, die allfällig zu treffenden Massnahmen. Wir wissen um die Sensibilität der Daten. Wenn Sie eine ergebnisspezifische Analyse und einen Kommentar wünschen, sollten Sie sich an uns wenden.



Noch Fragen?

Wir freuen uns auf dein Interesse und in einem persönlichen Gespräch gibt Dir Marcel gerne ein Feedback.



Marcel Boner

Managing Partner bei OOTB
Email: mb@ootb.solutions



out of the box
ein Geschäftsfeld der balevo gmbh
info@ootb.solutions