

## Kurzbeschreibung: Business Plan Guide V2007 SR2

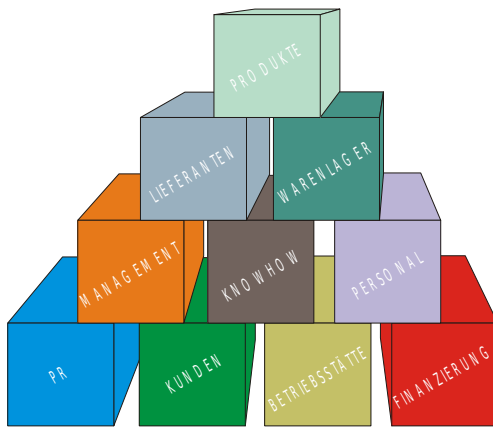
Dieses Businessplan-Tool ist für Sie immer noch kostenlos zum Download erhältlich. Downloadlink: [Businessplan.zip](#) (ZIP-Datei für Excel und Word: 685.27KB)

Bitte unbedingt beachten:  
END-OF-SUPPORT seit 11.02.2011

## STRATEGISCHE PLANUNG

Manchmal verlangen besondere Situationen nach besonderen Lösungen. Wir helfen Ihnen gerne dabei.

Mit dem Know-how unserer Berater sind wir Unternehmen bei den Führungsaufgaben, den strategischen Planungen und der konzeptionellen Vorgehensweise behilflich.



### Unser hilfreiches Business Plan Software Tool für Gründer.

In diesem Plan werden Ihre Vorstellungen von Ihrer unternehmerischen und persönlichen Zukunft beschrieben und durch erarbeitetes Zahlenmaterial hinterlegt. Mit diesem Plan konkretisieren Sie Ihre wichtigsten Zukunftsziele. Unternehmerische Tätigkeit bedeutet sich auf einen Balanceakt zwischen Handeln und Planen einzulassen. Durch die strategische Planung Ihrer unternehmerischen Ziele wissen Sie wann und wohin die Reise geht. Eine klare und formulierte Zielvorstellung ist unabdingbar, um eine effektive Strategie zu entwickeln und Vertrauen bei allen Beteiligten, wie z.B. Banken und Investoren, Mitarbeitern und Partnern, zu schaffen. Ein Unternehmenserfolg basiert immer auf vielen aufgehäuften Bausteinen, die, wenn Sie nicht gefestigt werden, auch zerfallen können.

Bauen Sie keine Traumschlösser, die Sie niemals erreichen werden, sondern setzen Sie sich Ziele, die sowohl sehr ehrgeizig als auch realistisch sind. Ihre Unternehmensvision und die Ziele sind für diesen Prozess stets Maßstab und Orientierung. Am Ende des Denkens steht die Handlung! Setzen Sie Ihre Strategie auch tatsächlich um. Sie sollten im Bedarfsfall Ihre Handlungen neu definieren und entscheiden, welche Neuerungen zur Zielerreichung oder Strategieverbesserung in Angriff genommen werden müssen.

Eine Strategie sollte folgende Themen umfassen:

- Formulierung Ihrer Vision.
- Definition Ihrer Ziele.
- Beschreibung Ihrer Produkte.
- Beschreibung des Marktes und des Marktpotentials.
- Beschreibung der Vertriebsorganisation.
- Definition der Umsatzziele.
- Darstellung der geplanten Unternehmensentwicklung und des Finanzmanagements.
- Identifikation Ihrer Erfolgsfaktoren.
- Bestimmung notwendiger Maßnahmen.

## IHRE UNTERNEHMENSSTRATEGIE

Folgende Strategiearten können zur Zielsetzung genutzt werden.

Strategie zur:

- Differenzierung
- Kostenführerschaft
- Konzentration auf Schwerpunkte

Für Sie als Existenzgründer ist die Entscheidung für ein strategisches Konzept ein fundamentaler Schritt, denn Ihre Strategie können Sie nicht von heute auf morgen ändern. Sie muss Ausdruck Ihrer Unternehmenskontinuität und Solidität sein - für Ihr eigenes Handeln, für die Positionierung im Wettbewerb, für die Darstellung gegenüber Kunden, Mitarbeitern und Partnern. Da Sie Ihre Strategie stets an Ihren langfristigen Zielen ausrichten sollten (Zielmärkte und Zielkompetenzen), würde Ihr gesamtes Handeln durch permanente Richtungsänderungen ad

absurdum geführt werden. Das heißt nicht, dass Sie auf Biegen oder Brechen an Ihrer Strategie festhalten müssen, wenn sie sich im Wettbewerb nicht bewähren sollte. Sobald sich die Einschätzung der Marktentwicklung und die daraus abgeleitete Strategie als falsch erweisen, müssen Sie selbstverständlich Konsequenzen ziehen.

Möglicherweise ist die Strategie aber auch schon von Ihrer Geschäftsidee vorgegeben.

## **IHRE DIFFERENZIERUNG VOM WETTBEWERB**

Der Grundgedanke dieser Strategie ist, einen Wettbewerbsvorteil zu schaffen, der es Ihnen mit Ihrem Angebot ermöglicht, sich von Ihren Konkurrenten abzuheben.

- Einzigartiger Service
- Einzigartige Qualität
- Einzigartiges Design
- Einzigartige Technologie
- Einzigartiges Image
- Einzigartiges Marketing

Mit der Strategie der Differenzierung ist die gesamte Branche Ihr strategisches Zielobjekt, und Sie haben als strategischen Vorteil die „Singularität aus der Sicht des Käufers“.

Doch die branchenweite Ausrichtung der Strategie, die Kopierbarkeit der Konzepte und die Tatsache, dass mit der Differenzierungsstrategie in der Regel auch eine aufwendige Markenpolitik verbunden ist, macht Ihnen deutlich, dass diese Konzeption nicht unbedingt der Idealtyp für eine Existenzgründung ist.

## **KOSTENFÜHRERSCHAFT**

Durch eine optimale Kostenstruktur kann es Ihnen gelingen, einen einmaligen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz zu erlangen.

Voraussetzungen:

- Geringste Einstandspreise
- Geringste Produktionskosten und Prozesskosten
- Geringe Fixkosten

Für den Existenzgründer ist die Kostenführerschaft ein äußerst kritisches Strategiekonzept. Denn dort, wo niedrige Preise sind, sind in der Regel auch die härtesten Preiskämpfe und die geringsten Profite. Sie laufen Gefahr, dass Ihnen mangels finanzieller Substanz in den ersten Monaten die Luft ausgeht. Kostenführerschaft ist also nur dann sinnvoll, wenn eine ausreichend große finanzielle Decke besteht oder wenn aufgrund extrem günstiger Kostenstrukturen, die z.B. auf ein besonderes Produktionsverfahren zurückzuführen sind, definitiv der günstigste Preis für längere Zeit am Markt durchgesetzt werden kann.

## **KONZENTRATION AUF SCHWERPUNKTE**

Die Beschränkung auf ein Segment ist die ideale Strategie für den Existenzgründer. Der Schnellste sein und mit einer völlig neuen Idee auftrumpfen. Um neue Wachstumsmöglichkeiten erschließen zu können, sollten Sie deshalb Ihre Energie auf die aktive Suche nach neuen Nutzenpotentialen für spezielle Marktsegmente verlagern. Es ist sinnvoll, das typische Nutzendenken der Differenzierungsstrategie mit der Spezialisierung der Nischenstrategie zu verbinden. Auch wenn Sie eine attraktive Nische besetzen, sollten Sie im zweiten Schritt besondere Zusatznutzen und Mehrwert für Ihre Kunden bestimmen, um langfristig Ihre Kunden zu binden und Ihren zeitlichen Wettbewerbsvorteil auszubauen.

Bieten Sie zu Ihrer einmaligen Idee sukzessive einzigartigen Zusatznutzen an. Steigern Sie Ihren Mehrwert schrittweise, und nutzen Sie die Möglichkeiten, die sich in der Markteinführungsphase bietet. Um sich langfristig im Markt zu behaupten und um die Attraktivität des Angebotes für die Kunden immer mehr zu steigern, ist es für Sie nach einer gewissen Zeit empfehlenswert, weiteren Nutzen anzubieten. So werden Konkurrenten vom Eintritt in den Markt abgehalten, weil sie neben dem Aufwand der Imitation weitere Anstrengungen anstellen müssen. Die gleiche strategische Möglichkeit bietet sich, wenn Sie nach der Einstiegsphase Ihre Preise senken. Auch dadurch wird der Markteintritt für potentielle Konkurrenten unattraktiv.