

SWOT-Analyse und -Strategien

Unternehmensfaktoren

Umweltfaktoren

Stärken

1. Grosse Erfahrung des Führungsteams
2. Flexible, dezentrale Organisation
3. Breites, starkes Partnernetzwerk
4. Hohe Produkt- und Prozessqualität
5. Gut etablierte Innovationsprozesse

Schwächen

1. Unternehmenskommunikation
2. Issue-Management
3. Pflege der Unternehmenskultur
4. Mangelndes Wissensmanagement
5. Wenig Erfahrung im Verkauf

Chancen

1. Sensibilisierung im Markt für hohe Leistungsqualität
2. Neue Kundenbedürfnisse: Kreativität, Qualität
3. Trend hin zu Onlineleistungen
4. Zunehmende Bedeutung der Leistungen bei KMU

Stärken/Chancen-Strategien (S/O)

- Klare Positionierung als Qualitätsanbieter (S1/S2/S3/S4/O2)
- Kommunikationsoffensive (S2/S3/S4/O1/O2)
- Aufbau Geschäftsfeld Onlineleistungen (S5/O3/O4)

Schwächen/Chancen-Strategien (W/O)

- Auf- und Ausbau PR (W1/O1/O2/O4)
- Entwicklung und Pflege der Unternehmenskultur (W2/O2/O3/O4)
- Implementierung zentrales Knowledge-Management System (W4/O2)

Gefahren

1. Abhängigkeit vom Hauptpartner
2. Unvermögen vieler Kunden die Leistungsqualität zu erkennen
3. Branchenfremde, neue Anbieter im Markt
4. Veredelungsangebote Dritter

Stärken/Gefahren-Strategien (S/T)

- Aufbau einer vom Hauptpartner unabhängigen Organisation (S1/S5/T1)

Schwächen/Gefahren-Strategien (W/T)

- Ausbau Marktkommunikation: Sensibilisierung Leistungsqualität (W1/T2)
- Aufbau Issue-Managementsystem (W2/T3)
- Aufbau Verkaufskompetenz (W5/T1/T4)

Musterbeispiel