

Mit Fokus erreichen Sie Ihre Ziele zuverlässig(er)

Die gesetzten Ziele zu erreichen, ist für alle Unternehmen und Organisationen eine grosse Herausforderung. Wie definieren und setzen Sie Ihre Ziele um? Nutzen Sie Fokusfelder in Ihrer Unternehmensstrategie, um Ihre Ziele besser zu erreichen?

DER AUTOR



Raphael Ledergerber ist Betriebsökonom FH und hat über 18 Jahre Erfahrung in leitenden Positionen in den Bereichen Strategie, Innovation, Change-Management, Marketing, Verkauf sowie Produkt- und Preismanagement. Unter anderem war er Business-Unit-Leiter beim IT-Distributor Also und baute in dieser Funktion einen neuen Geschäftsbereich für Services auf. Heute ist er Inhaber von Ledergerber & Partner sowie Verwaltungsrat und Beirat verschiedener KMUs und Organisationen. Er unterstützt als Sparringspartner, Projektleiter oder Berater Firmen bei der Entwicklung und Umsetzung von Strategien. Zu seinen Kunden gehören unter anderem IT-Fachhändler, IT-Dienstleister, Systemintegratoren und Softwarehersteller.

www.ledergerber-partner.ch

Raphael Ledergerber schreibt in seiner Serie im «IT-Markt» über betriebswirtschaftliche Themen.



Quelle: © Ledergerber & Partner GmbH

Aus meiner Erfahrung beginnt man bei der Definition der Unternehmensziele am besten mit der Vision und Mission. Wohin wollen Sie in den nächsten Jahren mit Ihrem IT-Unternehmen, und was wollen Sie bis dahin erreicht haben? Warum gibt es Ihr Unternehmen eigentlich, und was ist der Zweck?

Ohne eine gute Vision und Mission werden Sie Ihre mittel- und längerfristigen Unternehmensziele nicht erreichen können. Für eine erfolgreiche Zielerreichung gehören in KMUs folgende Elemente in die Unternehmensstrategie:

- Vision und Mission
- Strategische Geschäftsfelder
- Strategische Fokusfelder
- Unternehmensziele
- Massnahmen und Umsetzung

Fokusfelder: Fundament der Unternehmensstrategie

In der Strategieentwicklung ergeben sich rasch sehr viele Massnahmen, die gleichzeitig umgesetzt werden sollten. Organisationen ist damit schnell überlastet. Scheitern Unternehmen an der Zielerreichung, sehen wir fast immer den gleichen Grund. Sie fokussierten sich nicht auf wenige, sehr wichtige Bereiche.

Mit Fokusfeldern legen Sie Ihre strategischen Schwerpunkte und Prioritäten fest. Sie bilden damit das Fundament Ihrer Unternehmensstrategie.

Wie identifizieren Sie Fokusfelder?

Beginnen Sie mit dem Identifizieren möglicher Fokusfelder. Denken Sie dabei in Zielkategorien, in denen Sie Ihr Unternehmen oder Ihren Bereich fokussieren möchten. Hier eine Auswahl der gängigsten Fokusfelder anhand eines Beispiels:

- Wachstum: Expandieren in die Ostschweiz
- Innovation: Launch neuer Produkte und Services
- Effizienz: Optimieren der bereichsübergreifenden Prozesse
- Umsatz und Marge: Profitables Steigern der Umsätze
- Kunden: Ausbau der Wiederholungskäufe
- Mitarbeiter: Steigern der Mitarbeiterzufriedenheit
- Leistungserbringung / Produktion: Erhöhung des Eigenfertigungsgrades

Wie legen Sie Fokusfelder fest?

Nun folgt der anspruchsvollere Teil. Sie sollten nur so viele Fokusfelder definieren, wie Sie und Ihre Mitarbeiter sich einfach merken und fokussieren können. Beachten Sie bei der Erarbeitung folgende Regeln:

- Überschaubarkeit: Ich empfehle, drei bis fünf Fokusfelder festzulegen.
- Einfachheit: ein Fokusfeld sollte zwei bis fünf Wörter umfassen.
- Inhalt: Beschreiben Sie, wie das Ziel zu erreichen ist (nicht was Sie genau erreichen wollen).
- Inhalt: Verwenden Sie keine Zahlen oder Termine (diese werden ebenfalls erst nachfolgend in den Zielen definiert).

Die strategischen Fokusfelder unterstützen Sie wirksam dabei, Ihre Ziele zu erreichen. Meine langjährige Erfahrung mit dieser Methodik in verschiedensten Branchen und der Erfolg unserer Kunden beweist, dass die konsequente Anwendung der Fokusfelder jedem IT-Unternehmen Erfolg bringt.

Artikel online: www.it-markt.ch ■ Webcode DPF8_22145