

Checkliste: Der Aufbau eines Unternehmenskonzepts

1. Situationsanalyse
 - Analyse der eigenen Stärken und Schwächen in sämtlichen Unternehmensbereichen
 - Marktanalyse: Siehe Checkliste Marketingsituationsanalyse
 - Umweltanalyse: Wirtschaftliche, technologische, rechtlich-politische, soziale, ökologische Trends
 - Portfolio-Analysen
2. Unternehmensziele
 - Unternehmensleitbild
 - Konkretisierung der Unternehmensziele nach einzelnen Bereichen (Marketing, Finanzen, Produktion, Organisation etc.)
 - Quantitative und qualitative Ziele
3. Unternehmensstrategie
 - Aufzubauende SEP's (Strategische Erfolgspositionen)
 - Prioritäten und Grundsätze betreffend zu bearbeitende Marktsegmente und Teilmärkte, anzubietenden Produkten/Dienstleistungen, Produkt-Markt-Entscheide
 - Prioritäten und Grundsätze betreffend den Unternehmens-Teilstrategien (Marketing, Finanzen, Produktion, Einkauf, F+E etc.)
4. Massnahmen
 - Aus den Punkten 1-3 abgeleitete Massnahmen zur Erreichung der Unternehmensziele
 - Projekte
 - Korrekturmassnahmen gegenüber dem bisherigen Vorgehen
5. Organisation
 - Grundsätzlich ist die Unternehmensorganisation als Ganzes für die Erreichung der Unternehmensziele zuständig und verantwortlich
 - Organisation betreffend den unter Punkt 4. aufgeführten Massnahmen (Projektorganisation etc.)
 - Verantwortlichkeiten innerhalb der Unternehmensführung
 - Meilensteine/Etappenziele bezüglich der Erreichung von Unternehmenszielen sowie der Umsetzung der Unternehmensstrategie
6. Budget
 - Unternehmensbudget
 - Budgets nach verschiedenen Unternehmensbereichen (Marketing, Finanzen, Produktion, Einkauf, F+E etc.)
7. Erfolgskontrolle
 - Wie, wann, wie oft wird der Unternehmenserfolg kontrolliert?
 - Welche Kennzahlen dienen der Erfolgskontrolle?
 - Wie sollen die qualitativen Ziele gemessen werden?