

UNTERNEHMENSSTRATEGIE UND NEUPOSITIONIERUNG

ZEITRAUM

Januar 2010 - Juli 2010

KUNDENPROFIL

Dienstleistungsunternehmen mit 90 Mitarbeitern, das drei Jahren zuvor gegründet und zwischenzeitlich im Markt etabliert hat; geringe unternehmerische Erfahrung der Gründer; Abhängigkeit von wenigen Kunden, die über zentralen Einkauf gebündelt sind.

AUFTRAG UND PROJEKTZIELE

Neupositionierung des Dienstleisters und zur Ausweitung des Geschäftsbereiches in andere Kundensegmente; parallel Umsatzausweitung und Ertragssteigerung durch Neukundengewinnung.

UMSETZUNG

Mehrere Workshops mit den Führungskräften des Unternehmens und den geschäftsführenden Gesellschaftern zur Festlegung der Unternehmensziele und –strategie; Durchführung von internen Maßnahmen zur Anpassung der Organisation und innerbetrieblichen Abläufe; Erarbeitung der Finanzplanung zur besseren Steuerung der Liquidität.

KUNDENNUTZEN

Klarheit über Zielkunden und deren Anforderungen; Reduzierung der Abhängigkeit von einzelnen Einkaufsorganisationen durch Neukundengewinnung und verbesserte Angebotskalkulation; strukturierte Prozesse im Bereich Kundenansprache und –management; Verbesserung der betriebsinternen Organisation und Abläufe; Unternehmenssteuerung auf Basis gesicherter Liquidität; Umsatzausweitung bei gleichzeitiger Ertragssteigerung.

FOLGEPROJEKTE

- Belegaufbereitung für Buchhaltung und Steuerberater
- Aufbau einer Kalkulation zur Angebotserstellung
- Aufbau einer Finanzplanung zur Unternehmenssteuerung und -controlling
- Verbesserung der Organisationsstruktur inklusive Stellenbeschreibung
- Workshops im Bereich Vertrieb und Kundenakquise (über externen Partner)