

CHECKLISTE:

WANN SOLLTEN SIE IHR GESCHÄFTSMODELL ÜBERDENKEN?

Um zukünftig noch Nutzen für Ihre Kunden zu erzielen, reicht es heute nicht mehr, nur Prozesse zu optimieren. Häufig muss das Geschäftsmodell einer kritischen Prüfung unterzogen werden. Hier können Sie erkennen, ob Ihr Unternehmen handeln sollte.

Prüfen Sie anhand der Fragen, ob Ihr Geschäftsmodell noch zukunfts-trächtig ist.

Unterscheiden Sie, ob die beschriebenen Sachverhalte

- „voll zutreffen“,
- „nicht zutreffen“.

Je häufiger Sie erkennen, dass die Sachverhalte „nicht zutreffen“ sind, desto wichtiger kann es für Sie sein, Ihr Geschäftsmodell anzupassen.

GESCHÄFTSFELDER

1. Wissen Sie, welche Kundenbedürfnisse Sie befriedigen wollen?
2. Wissen Sie, auf welchem (Teil-)Markt (z.B. Region, Kundengruppe, Marktsegment) Sie tätig sein wollen? Wollen Sie eine Nische oder den Gesamtmarkt bedienen?
3. Wissen Sie, welche Produkte Sie dafür anbieten wollen?

WETTBEWERBSPOSITION

4. Welchen Marktanteil streben Sie mit Ihrem Produkt oder Dienstleistung an?
5. Sind Sie eher Leader oder Follower?

WETTBEWERBSVORTEILE

6. Wissen Sie, wie Sie sich gegenüber Wettbewerbern profilieren?
7. Bieten Sie Ihren Kunden einen höheren Nutzen als Ihre Wettbewerber?
8. Kennen Sie eindeutige Gründe, warum ein Kunde bei Ihnen und nicht beim Wettbewerber kaufen soll?

KERNKOMPETENZEN

9. Besitzen Sie unternehmungsweite Fähigkeiten, die sich in Wettbewerbsvorteilen niederschlagen?