

Checkliste: Fit für den künftigen Wettbewerb?

Dimension	Trifft zu ?		
	ja	nein	teilweise
Markt / Strategie:			
In unserem Markt sind die Nischen gross genug, um nachhaltig profitables Wachstum zu erreichen.			
In der Innovationssuche denken wir quer zum Markt und erweitern unsere Perspektive bewusst. Wir suchen mit Verstand und Methodik neue Wege und realisieren, dass die Branchengrenzen verwischt werden.			
Unsere Innovationen basieren konsequent auf neuem oder erweitertem Kundennutzen.			
Unser Produktportfolio ist ausgewogen und stellt auch den künftigen Ertrag sicher.			
Unsere Positionierung hebt sich vom Wettbewerb durch klare Nutzenunterschiede ab. Diese Unterschiede werden in der Kommunikation konsequent betont.			
Unsere Kunden entscheiden sich aufgrund der Nutzenunterschiede für unsere Produkte und nicht primär aufgrund des Preises.			
Relevante Erkenntnisse aus den Trendbeobachtungen (Gesellschaft und Technologie) fliessen in unsere Strategie ein. Unsere Strategie ist bewusst zyklisch oder antizyklisch.			
Wertschöpfung / Marktleistung:	ja	nein	teilweise
In unserem Wertschöpfungsverständnis wird die Kundensicht mindestens gleich gewichtet wie die Unternehmenssicht.			
Wir konzentrieren uns auf Bereiche, wo wir hocheffizient Wertschöpfung betreiben.			
In die Gestaltung der Produkte integrieren wir Kooperationspartner.			
In die Gestaltung der Produkte integrieren wir Kunden.			
Kunden haben die Möglichkeit nur zu kaufen, was für sie relevant ist. D.h. nicht nützliche Produkt-Bestandteile können situativ ausgesondert werden.			
Ins Marketing integrieren wir Kooperationspartner und Kunden.			
Wir berücksichtigen in unserer Marktleistung nicht nur den einzelnen Kunden, sondern auch dessen mögliche Situationen.			
Kundenschnittstellen: (Kontaktkanäle: Verkauf, Web Site, Kommunikation etc.)	ja	nein	teilweise
Die Kundenschnittstellen fördern den Dialog. Diese werden sowohl von uns und unseren Kunden aktiv genutzt.			
Unsere Kunden haben freie Kanalwahl, um mit unserem Unternehmen in Kontakt zu treten.			
Die Informationen auf allen Kanälen sind konsistent.			
Die Kundenschnittstellen sind effektiv und effizient und fördern die Kundenproduktivität und schaffen Vertrauenskapital.			
Wir betrachten unsere Kundenschnittstellen als System und gestalten es aufgrund von Effektivität, Effizienz, Konsistenz und Erweiterungsfähigkeit.			



**überprüfen
und handeln**

Weitere Infos und Impulse: www.businessdriver.ch