



5 SCHRITTE ZUR GESCHÄFTSSTRATEGIE ZU PERU (TEIL 1 – ÜBERSICHT)

Posted on 15. Januar 2022

Eine Geschichte – Ana aus Peru und ihr 3D-Druck

Ana ist eine Peruanerin aus Lima, die **seit einigen Jahren in Deutschland verheiratet** ist. Nachdem die Kinder eingeschult wurden hatte sie mehr Zeit und begann **ein eigenes kleines Geschäft im Bereich 3D-Druck für Symbole aus Peru** aufzubauen.

Sie wollte damit neben etwas eigenem Einkommen vor allem **ihre Heimat Peru unterstützen**, um ihrem Land etwas zurückzugeben. Sie startete mit ganz viel Motivation und hatte **erste Erfolge** beim Verkauf. Sie bekam so viele unterschiedliche Anfragen und stetig ein sehr gutes Echo von überall her und das machte sie Stolz.

Allerdings kam ein Problem auf, das **immer größer wurde**. Viele **potentielle Kunden sagten, dass sie ganz gerne kaufen würden, immer wieder aber abwarteten**. "Te quiero comprar, te voy a comprar, me encaaaantan tus cosas, pero mas allá, ahora tenemos que ver que pasa". Sie dachte immer und immer wieder: "Es ist noch mehr drin, es ist noch mehr drin". **Ein Schwachpunkt war und ist die Strategie ihres Businesses mit Peru. Alles schien so kompliziert** und hierfür suchte sie Beratung.

Wofür ist eine Geschäftsstrategie zu Peru gut?

Zweck deines Unternehmens ist es ja die **Kundenbedürfnisse zu befriedigen** und einen **Beitrag zu einer besseren Welt zu schaffen**. Die Geschäftsstrategie gibt dir und deinen Stakeholdern

(Interessengruppen wie Eigentümer, Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Gemeinde, Staat) Klarheit darüber, was du in den nächsten 1 bis 3 Jahren vor hast und tun möchtest.

Abbildung: Vorbereitung für die SWOT Analyse (en castellano: FODA=fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas)

Externe Analysen:	Interne Analysen:
Umfeldanalyse	Wertkettenanalyse
Stakeholderanalyse	Erfahrungskurveanalyse
Zielgruppenanalyse	Kundenzufriedenheitsanalyse
Wegbegleiteranalyse	Produktportfolioanalyse (BCG-Matrix)

Wie wird eine Geschäftsstrategie zu Peru erstellt?

Die Erstellung deiner Geschäftsstrategie ist **leichter als es viele glauben**. Einzig sich zum Beispiel zwei Tage Zeit zu nehmen, um fokussiert nachzudenken und der Blick von außen, erscheinen schwierig. Daher werden immer wieder Berater gebeten diese Arbeit zu übernehmen.

In 5 Schritten steht deine erste gute Geschäftsstrategie:

1. **Schritt: Analyse der externen Faktoren**
2. **Schritt: Analyse der internen Faktoren**
3. **Schritt: Erstellung der SWOT-Analyse (FODA)**
4. **Schritt: Ableitung von 4-5 Einzelzielen**
5. **Schritt: Festlegung der Maßnahmenliste**

Was kommt in eine Geschäftsstrategie zu Peru?

Im Prinzip hast du deine Geschäftsstrategie im Kopf. Es hilft diese einmal aufzuschreiben und dadurch nochmals daraufzuschauen, hineinzudenken und hineinzuspüren. Es ist also nur **die**

Beantwortung von Fragen und Auswertung von Informationen. Oft werden diese grafisch aufbereitet, damit sie für den Menschen leichter lesbar sind. In deiner Geschäftsstrategie solltest du **mindestens** aufnehmen:

1. **Externe Analysen** (außerhalb der Firma)
 1. Das allgemeine Umfeld (Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Technologie)
 2. Die Stakeholder (Interessengruppen wie Eigentümer, Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Gemeinde, Staat)
 3. Zielgruppen (die Kunden)
 4. Wegbegleiter (Mitbewerber)
2. **Interne Analysen** (innerhalb der Firma)
 1. Wertketten (wie hängt alles zusammen)
 2. Erfahrungskurven (ob ganz neu oder seit 20 Jahren im Geschäft)
 3. Kundenzufriedenheit (wie zufrieden sind deine Kunden und vor allem was sagen deine Nichtkunden)
 4. Produkte (welche Stars hast du, was läuft gar nicht)
3. **Gegenüberstellung** der Stärken/Schwächen und die sich daraus ergebenden Chancen/Risiken
4. Ableitung **Einzelziele** aus Chancen/Risiken
5. Konkrete **Maßnahmen**

Was kommt vor der Geschäftsstrategie?

Bevor du mit der Geschäftsstrategie startest, braucht es die Vision und die Mission.

Vision

Es ist dein Fernziel als Unternehmen. Ein **langfristiger Blick** von durchaus **der nächsten 3.650 Tagen**. Meist ist die Vision genau einen Satz lang. Einige Beispiele:

- Nike bei der Gründung: "Größer als Adidas werden"
- Toyota in einer Qualitätskrise: "Mercedes-Benz schlagen"
- Wikipedia: "Das Wissen der Welt auf Knopfdruck"



Mission

Die Mission ist konkret und du erklärst wie und womit du die Kundenbedürfnisse befriedigst. Eine gute Mission ist zwei Seiten lang und hält für 5 bis 10 Jahre.

Hilfreiche weiterführende Links

- <https://www.fuer-gruender.de/wissen/existenzgruendung-planen/unternehmensstrategie/3-strategien/>
- <https://www.business-wissen.de/hb/wofuer-brauchen-unternehmen-eine-strategie/>
- <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/strategieberatung-51728>
- https://de.wikipedia.org/wiki/Engpasskonzentrierte_Strategie