

Strategische Orientierung – Leitbild Canvas

Leitbild Canvas	Unternehmen/Abteilung:	Erstellt von:	Datum:
Kernaufgabe: Warum gibt es uns?		Leitziel: Welches Leitziel verfolgen wir?	
Vision: Wie werden wir den Unternehmenszweck erreichen?	Mission: Wie möchte ich, dass uns unsere Kund*innen uns sehen? Wie erfüllen unsere Angebote die Vision?		
Grundwerte: An welche Werte glauben wir?			

Strategische Orientierung – PESTEL Analyse

Innovation

Politisch

- Gesetzgebung eines Landes
- Politische Stabilität

Wirtschaftlich

- Volkswirtschaftliche Lage eines Landes
- Informationen über Absatzmarkt

Sozio-Kulturell

- Struktur der Gesellschaft

Technologisch

- Technologische und logistische Ressourcen

Ökologisch/ Geografisch

- Umwelt und Bedingungen
- Verfügbare Ressourcen

Rechtlich

- Handlungsspielraum eines Unternehmens
- Rechtssysteme

Ideengenerierung – 6-3-5 Methode

6-3-5 Methode

Unternehmen/Abteilung:	Thema:
------------------------	--------

RUNDEN	Idee 1	Idee 2	Idee 3
Runde 1			
Runde 2			
Runde 3			
Runde 4			
Runde 5			
Runde 6			

Ideengenerierung & -bewertung – Walt Disney Methode

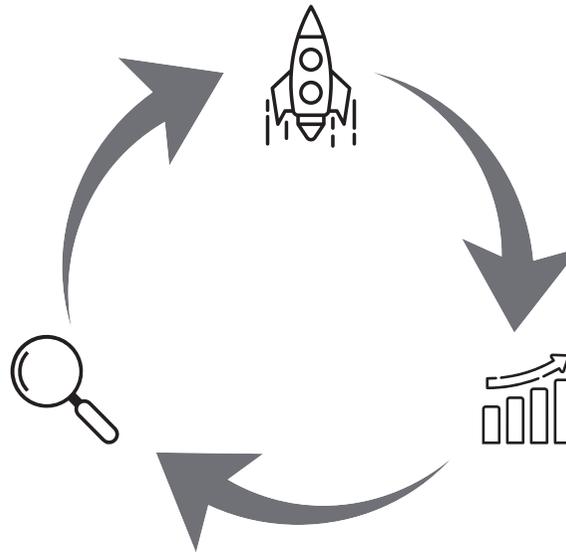
Innovation

Thema:

TRÄUMER*IN (1. Schritt)

KRITIKER*IN (3. Schritt)

REALIST*IN (2. Schritt)



Ergebnis:

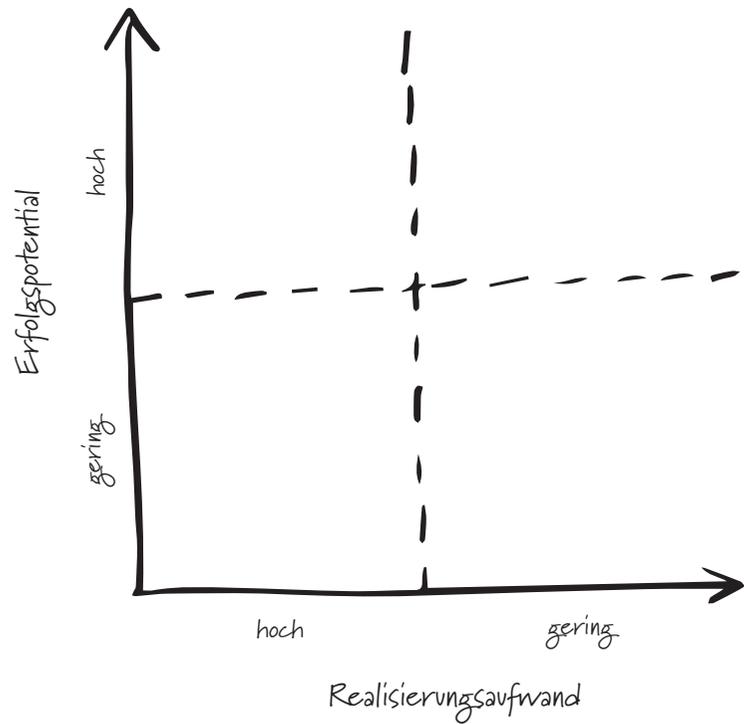
- Zusammenfassung Ergebnisse 1. – 3. Schritt + Entscheidung

Ideenauswahl

Innovation

Ziel:

Namen der involvierten Personen:



Idee 1:

Idee 2:

Idee 3:

Idee 4:

Idee 5:

Idee 6:

Idee 7:

Idee 8:

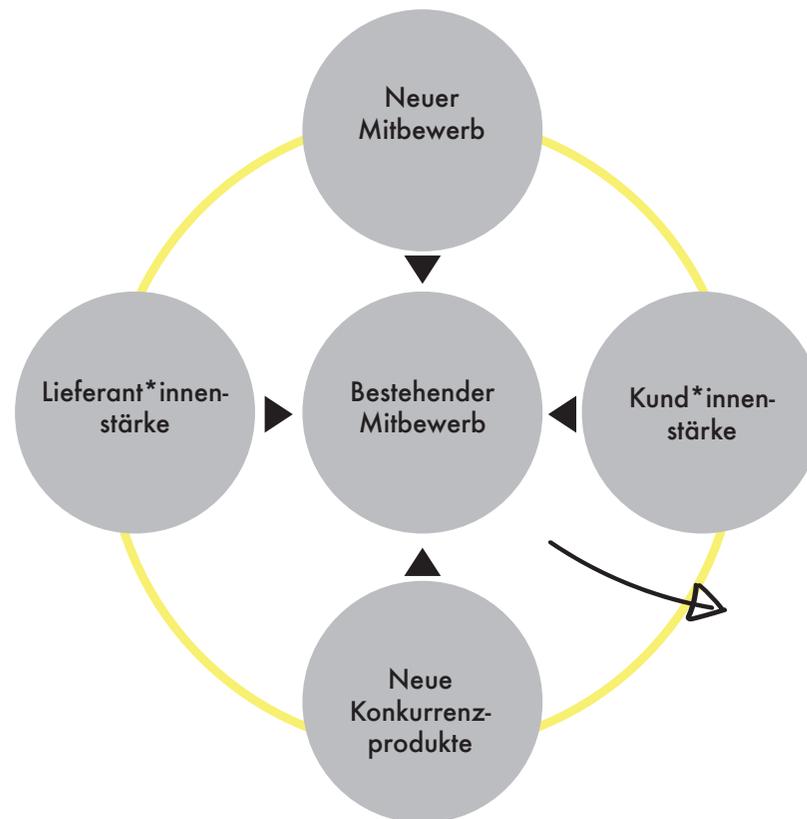
Ausgangssituation:

1. Identifikation von Benchmarking-Partner*innen:
2. Analyse von Benchmarking-Partner*innen:
3. Vergleich mit der eigenen Plattform:
4. Identifizierung von Best Practices:
5. Anpassung und Optimierung:
6. Testphase:
7. Markteinführung:

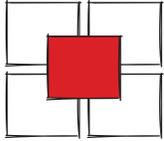
Notizen:

5 Kräfte Modell

Unternehmen:



Was biete ich an?



1. Definiere dein Kernprodukt (Kernleistungen)
2. Welche Zusatzleistungen werden angeboten?
3. Welcher Kund*innennutzen ergibt sich daraus?
4. Bist du mit dem Nutzen einzigartig?



2-3 Stunden



Führungsteam



interne Daten des bestehenden Produktes

Produkt/Dienstleistungs-Features

Vorteile für die Kund*innen nutzen

Einzigartigkeit (USP)

Kernprodukt/Dienstleistung

Erweiterte Leistungen:

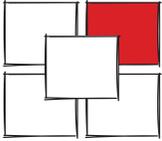
1.

2.

3.

Notizen:

An wen verkaufe ich?



1. Wer sind meine aktuellen Kund*innen und welche Bedürfnisse erfülle ich?
2. Gibt es neue Kund*innen mit den gleichen oder ähnlichen Bedürfnissen, die ich erfüllen kann?



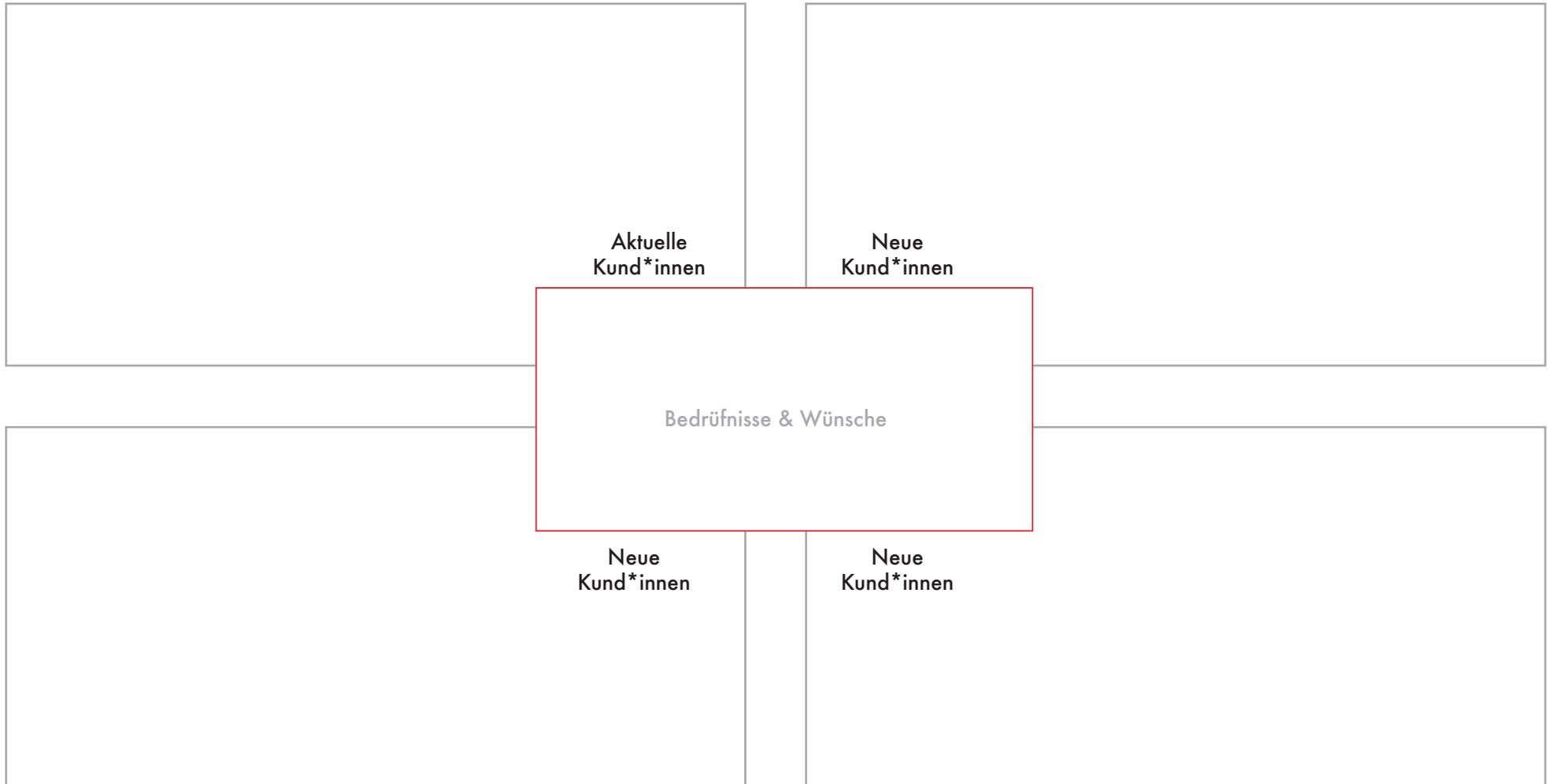
1 Stunde



2-3 Personen



interne und externe Informationen z.B. Kund*innengespräche usw.



Wie erreiche ich meine Kund*innen?

Geschäftsmodell

Aktuell genutzte Kanäle?

Kanäle, die ich in Erwägung ziehe?

Wie informieren sich meine Kund*innen?



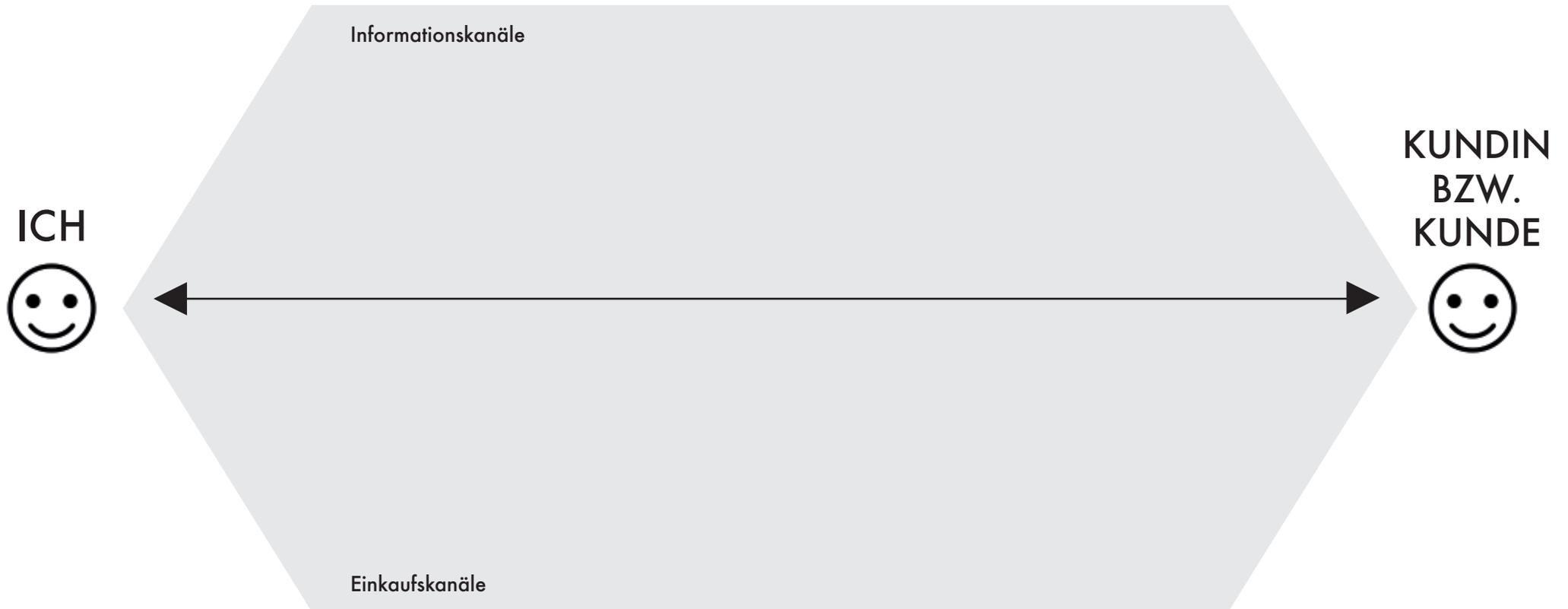
2-3 Stunden



2-3 Personen

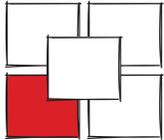


FlipChart



Welche Aktivitäten?

Geschäftsmodell



1. Hauptaktivitäten zur Produktion
2. Hauptaktivitäten für den Vertrieb
3. Besondere Aktivitäten, die mein Geschäft einzigartig machen



1 Tag



Führungsteam



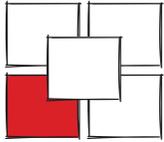
Informationen zu bestehenden Prozessen

Unterstützende Aktivitäten



Kernaktivitäten

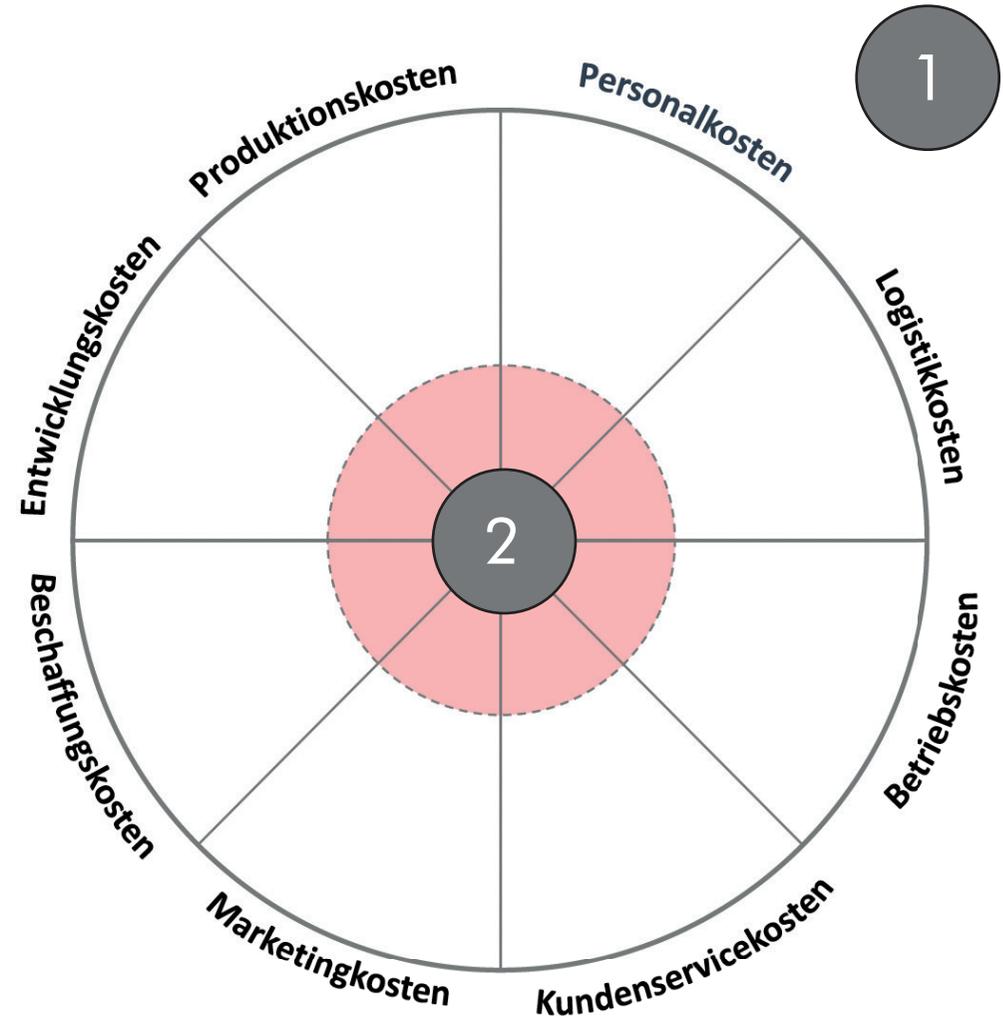
Welche Kosten entstehen?



- 1. Erfassen der bestehenden Kosten
- 2. Erfassen der Kostentreiber (rote Fläche)
- 3. Einsparungsmöglichkeiten ermöglichen

1 Tag Führungsteam interne Kosteninformationen

3



Mit wem arbeite ich zusammen?

Arbeitsblatt: Meine Schlüsselpartner



1 Tag



Führungsteam



FlipChart

Unterstützende Aktivitäten



KUNDIN
BZW.
KUNDE



Supplier (Wertschöpfungskette)

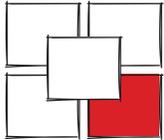
Partnerschaften

Investor*innen

Kernaktivitäten

Wie verdiene ich Geld?

Geschäftsmodell



- Für welche Leistungen zahlen Kund*innen?
- Welche Erlösquellen und Formen habe ich?
- Wie erfolgt die Preisgestaltung?
- Wie ist die Zahlungsstruktur geregelt?



2-3 Stunden



Führungsteam



interne Daten des bestehenden Produktes

LEISTUNG	Kernleistung		Nebenleistung			
	Produkt		Dienstleistung		Information	
ERLÖSQUELLEN	Produkt		Dienstleistung		Information	
ERLÖSFORM	Verkauf	Nutzungsgebühr	Mitglieds- gebühr	Lizenz- gebühr	Provision	Data Mining Erlöse
	Fix		Nutzungsabhängig		Leistungsabhängig	
PREISGESTALTUNG	Fix		Nutzungsabhängig		Leistungsabhängig	
ZAHLUNGSSTRUKTUR	Einmalig			Regelmäßig		