Geschäftsfeldstrategien erarbeiten

Geschäftsfeldstrategie „A“

- Fokus auf das bestehende Geschäft
  - aktuelles Produktspektrum
  - bestehende Vertriebswege
  - existierende Kunden
- Systematisches Erschließen neuer Kombinationen
  - bestehender Produkte über neue Vertriebskanäle/Märkte
  - Motivationsprogramme für den Vertrieb
  - Steigerung der Vertriebs-produktivität

Geschäftsfeldstrategie „B“

- Aufbau neues Business
  - Erschließung bestehender, aber für das Unternehmen neuer Geschäftsfelder
  - Entwicklung innovativer Produktgenerationen
  - Neue Serviceangebote
  - Einsatz neuer Marketing-/ Vertriebskonzepte

Geschäftsfeldstrategie „C“

- Option auf neue Geschäftsfelder
- Initiierung
  - Forschungsprojekte
  - Pilotversuche
  - Kooperationen
  - Allianzen

© SKR Unternehmensberatung

SKR UNTERNEHMENSBERATUNG