|  |
| --- |
| ***SWOT-Matrix:****Werkzeug* |
| **A. SWOT-Matrix** |
|  | ***Interne Faktoren*** |
| **Stärken (Strengths)*** ..
* ..
* ..
 | **Schwächen (Weaknesses)*** ..
* ..
* ..
 |
| ***Externe Faktoren*** | **Chancen (Opportunities)*** ..
* ..
* ..
 | **SO-Strategien*** ..
* ..
* ..
 | **WO-Strategien*** ..
* ..
* ..
 |
| **Risiken****(Threats)*** ..
* ..
* ..
 | **ST-Strategien*** ..
* ..
* ..
 | **WT-Strategien*** ..
* ..
* ..
 |
| **B. Umsetzung** |
| **Normstrategie** | **Maßnahme** | **Termin** | **Verantw.** |
| SO 1: .. | SO 1.1.: .. | ... | … |
|  | SO 1.2.: .. | … | … |
| SO 2: .. | … | .. | .. |
| … |  |  |  |

|  |
| --- |
| ***SWOT-Matrix:****Beispiel (Versicherung)* |
| Hintergrund: Eine Versicherung entwickelt und aktualisiert regelmäßig eine SWOT-Matrix. Gezielt werden dabei Norm-Strategien erarbeitet und umgesetzt. |
| **A. SWOT-Matrix** |
|  | ***Interne Faktoren*** |
| **Stärken (Strengths)*** Marktführer, gutes Image
* Finanzielle Ausstattung
* Stabile, schlanke Prozesse
* Erfahrener Mitarbeiterstamm
 | **Schwächen (Weaknesses)*** Innovation (v.a. bei Privatkunden)
* Sinkender Umsatz pro Niederlassung
* Schlechte Marktstellung bei Industriekunden
 |
| ***Externe Faktoren*** | **Chancen (Opportunities)*** Marktbereinigung (Liquiditätsdruck)
* Rückzug der Banken aus Versicherungs-Geschäft
* Bedarf von Industriekunden nach neuen Lösungen
 | **SO-Strategien*** Übernahme von Versicherungskunden der Banken
* Verkauf zusätzlicher Dienstleistungen
* Ausbau der Marktstellung durch Akquisition mittelgroßer Versicherungen
* …
 | **WO-Strategien*** Investition in F&E-Abteilung/Zukauf von Innovations-Know-how
* Verbesserung der NL-Umsätze durch Marktbereinigung
* …
 |
| **Risiken****(Threats)*** Generelles Image von Versicherungen (bürokratisch & teuer)
* Angespannte Liquidität
* Sinkende Margen bei Tourismuskunden
 | **ST-Strategien*** Forcierte Positionierung als Anbieter von maßgeschneiderten Versicherungslösungen
* …
 | **WT-Strategien*** Bereinigung des Baukunden-Geschäftsportfolios
* Schrittweiser Rückzug aus der Tourismus-Branche
* …
 |
| **B. Umsetzung** |
| **Normstrategie** | **Maßnahme** | **Termin** | **Verantw.** |
| SO 1: Übernahme von Versicherungskunden der Banken | SO 1.1.: Identifikation von geeigneten Zielgruppen (“Übernahme-Roadmap”) | 30.06. | Berger |
|  | SO 1.2.: Systematische Akquisition inkl. Monatsbericht über die Wirksamkeit der Aktionen | 31.12. | … |
| SO 2: Verkauf zusätzlicher Dienstleistungen | … |  |  |
| … |  |  |  |