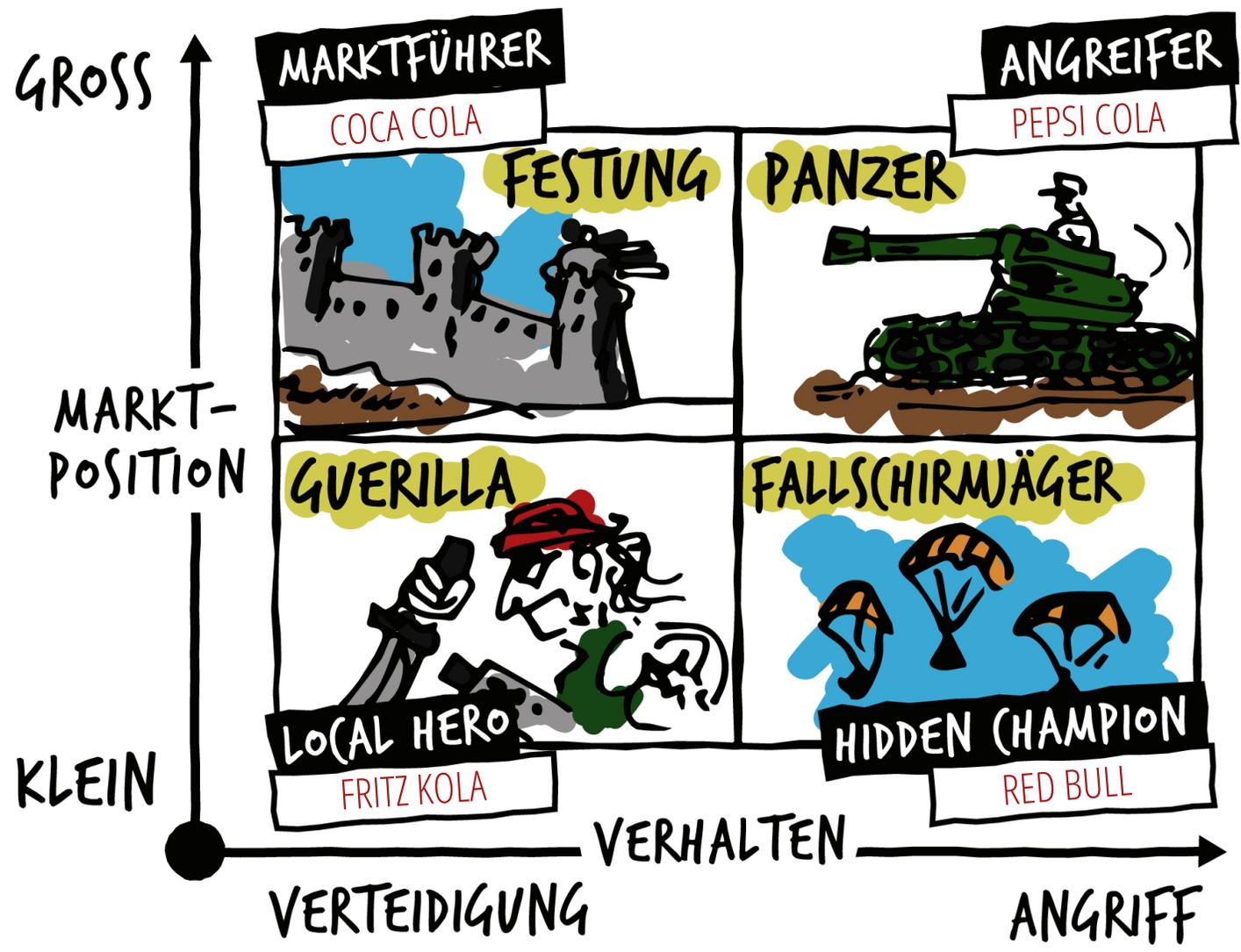


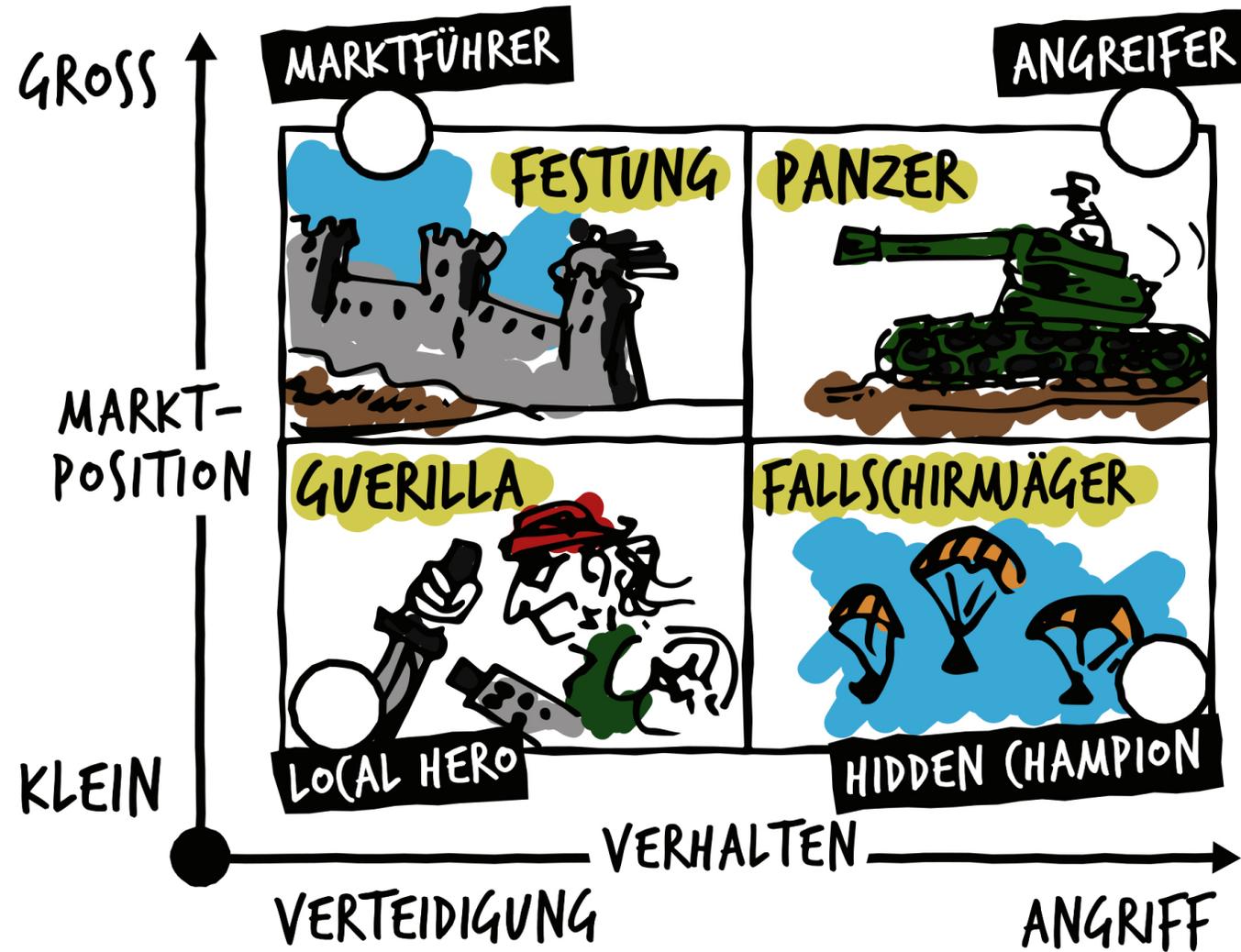
STRATEGIE UMSETZEN – ABER RICHTIG!

KAPITEL 2: MISSION UND VISION

POSITIONIERUNG DER FIRMA BESTIMMT STRATEGIE



WAS FÜR EINE FIRMA SIND SIE?
 UND SIND SIE GLÜCKLICH MIT IHRER POSITIONIERUNG?



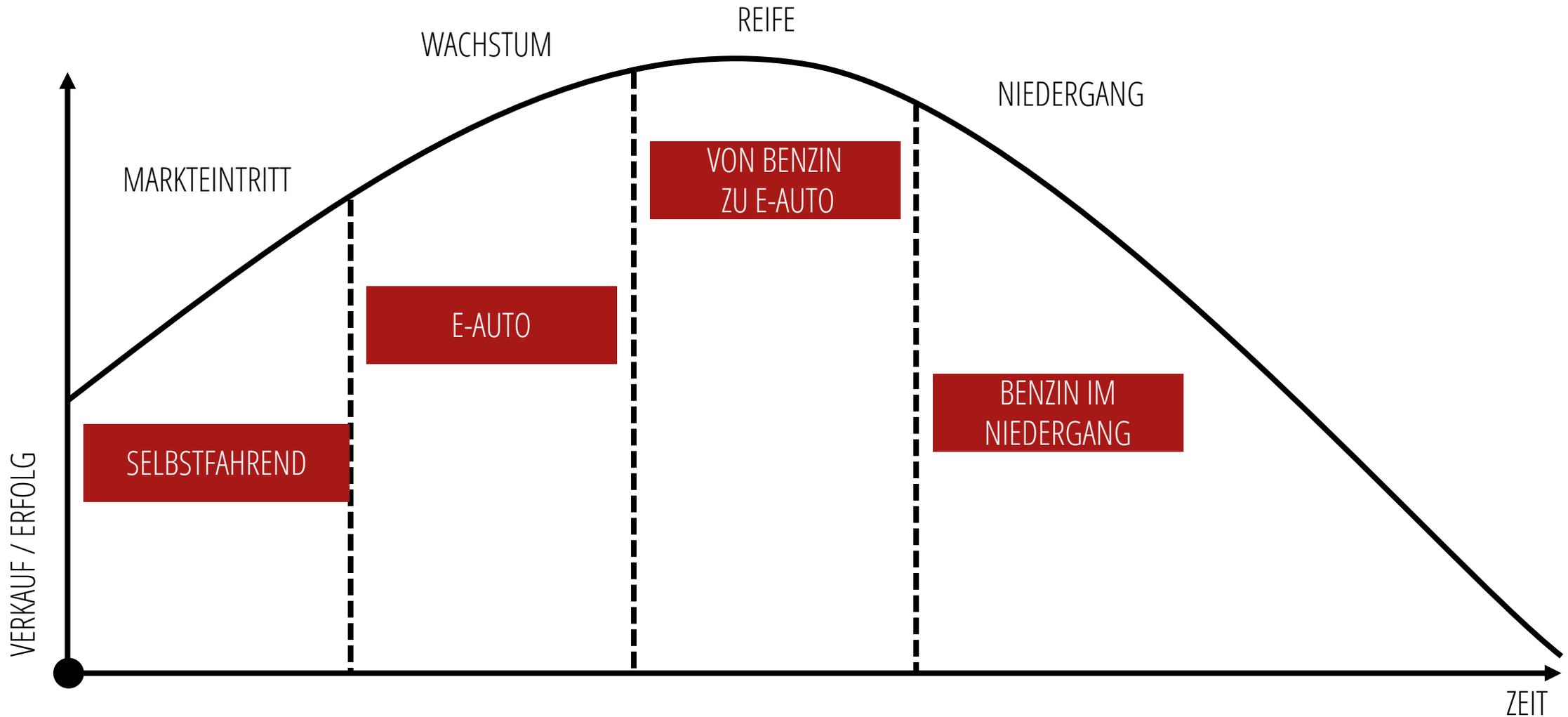
Warum, glauben Sie,
 sind Sie diese Art von Firma?

Empty response area for the question: "Warum, glauben Sie, sind Sie diese Art von Firma?"

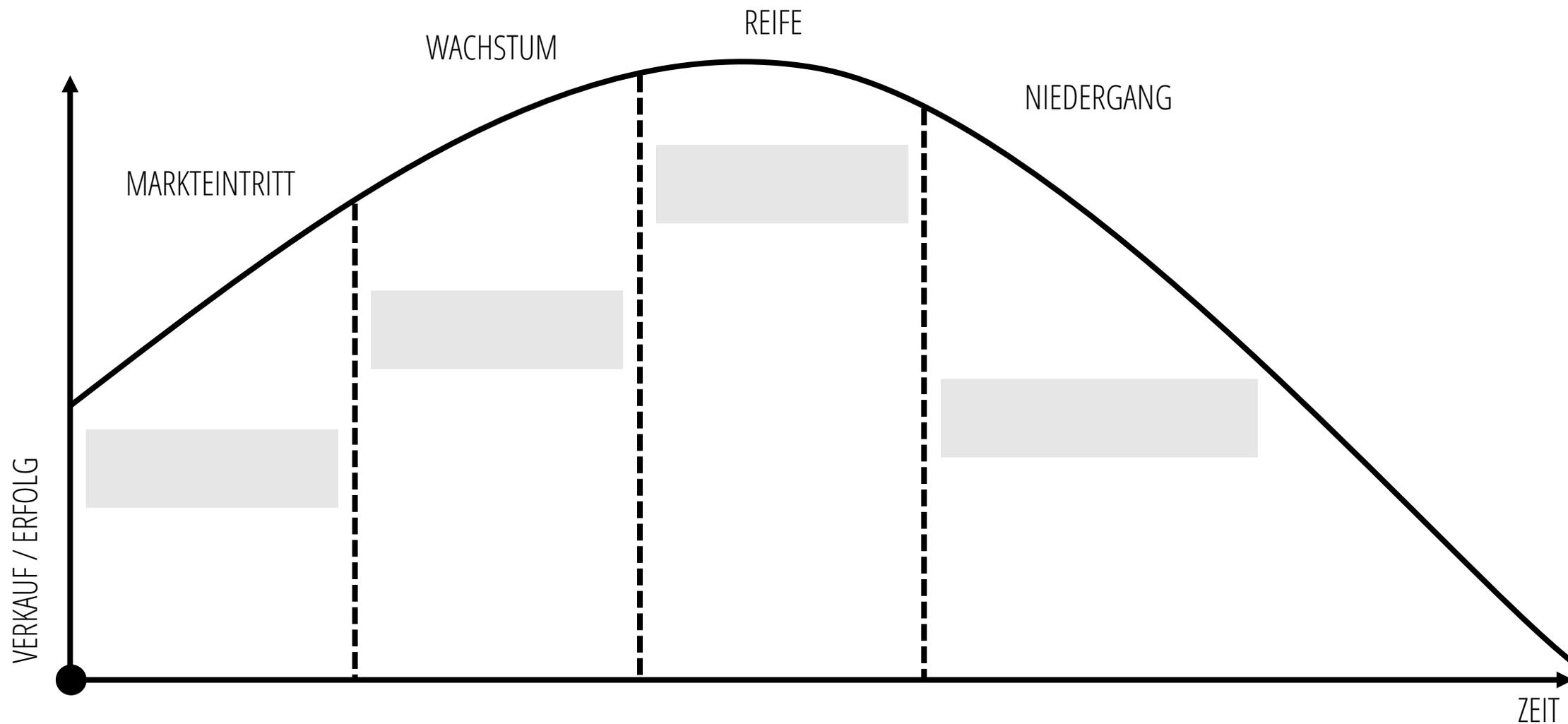
Sind Sie glücklich mit der Art Ihrer Firma? Warum /
 Warum nicht?

Empty response area for the question: "Sind Sie glücklich mit der Art Ihrer Firma? Warum / Warum nicht?"

WO IST UNSER UNTERNEHMEN IM LEBENSZYKLUS DES PRODUKTS?



WO BIN ICH IM ZYKLUS? UND WO IST MEIN WETTBEWERBER?



SWOT ANALYSE

VORTEILHAFT

NACHTEILIG



**INTERN
FAKTOREN**

STRENGTHS

**WEAK
NESSES**

SO STRATEGIEN: **AUSBAUEN**

ST STRATEGIEN : **ABSICHERN**

WO STRATEGIEN : **AUFHOLEN**

WT STRATEGIEN : **VERMEIDEN**

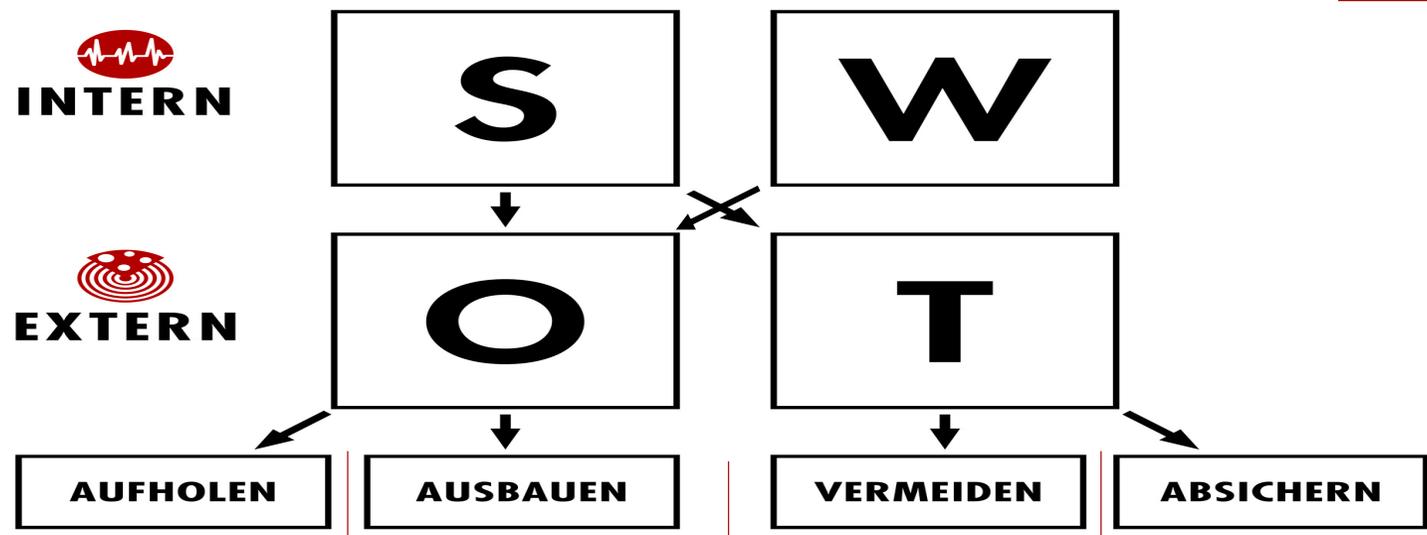


**EXTERNE
FAKTOREN**

**OPPOR
TUNITIES**

THREATS

SWOT ANALYSE



MISSION VISION

Was ist/sind Ihre...

MISSION	
VISION	
WERTE	

FINALE FRAGEN ZU KAPITEL 2

Was ist in einem Satz Ziel, Strategie und Vision Ihres Unternehmens?	
Wie ist Ihre Firma positioniert, Panzer, Festung etc.?	
Was fiel Ihnen bei der SWOT Analyse am stärksten auf?	
Welche Möglichkeiten haben Sie bisher übersehen?	
Welche Gefahren haben Sie bisher übersehen?	

info@veit-etzold.de
www.veit-etzold.de

