WERKZEUG

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

Hintergrund: eine Versicherung entwickelt und aktualisiert regelmäßig eine SWOT-Matrix. Gezielt werden dabei Norm-Strategien verarbeitet und umgesetzt.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| SWOT-Matrix: *Beispiel (Versicherung)* | | | | | |
| 1. 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 Indstriekunden 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 Versicher-ungslösungen   … | WT-Strategien   * Bereinigung des Baukunden-Geschäftsportfolios * Schrittweiser Rückzug aus der Tourismus-Branche   … | | |
| 1. **Umsetzung** | | | | | |
| **Normstrategie** | | Maßnahmen | | 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 Akqusition inkl.Monatsbericht über die Wirksamkeit der Aktionen | | 31.12. | … |
| SO 2: Verkauf zusätzlicher Dienstleistungen | | … | | … | … |
| … | | … | | … | … |