

1 DAY ACTION-PLAN

IN 5 SCHRITTEN ZUR UMSETZUNG

1 DAY ACTION PLAN

In 1 Tag und mit 5 Schritten zur Umsetzung

Definieren Sie Ihre Ziele in einem „Green Field-Ansatz“



1. Stellen Sie sich vor, Sie haben keine Limitationen, wie Kosten, finanzielle Limits, etc. („Green Field“): *Was sind Ihre Ziele, was wollen Sie erreichen, was ändern?*
2. Damit die Ziele zur Umsetzung auch operationalisierbar sind, müssen sie "SMARTER" sein, d.h.
 - **S**pecific (spezifisch)
 - **M**easurable (Messbar)
 - **A**chievable (Erreichbar)
 - **R**elevant
 - **T**ime-bound (zeitgebunden),
 - **E**valuatable (evaluierbar)
 - **R**e-evaluatable (re-evaluierbar)

Weitere Details finden Sie [hier](#).



3. Priorisieren Sie Ihre Ziele mit dem Paarvergleich (s. Anlage) und identifizieren Sie Ihre **3 Top-Ziele**.

Identifizieren Sie Ihre Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken (SWOT)?



Ermitteln Sie Ihre Stärken und Schwächen (Strengths-Weaknesses) sowie externe Chancen und Risiken (Opportunities-Threats), um Ihre Strategien und Maßnahmen gezielt auszurichten. Beziehen Sie sich mit der SWOT-Analyse auf Ihre 3 definierten Ziele.

1. **Strength & Weaknesses (Interne Faktoren):** *Was sind die zielbezogenen Stärken und Schwächen? Welche Faktoren waren entscheidend für bisherige Erfolge? Wo ist das Unternehmen im Vergleich zu den Wettbewerbern schwach?*
2. **Opportunities & Threats (Externe Faktoren):** *Welche zielrelevanten Chancen und Risiken haben Einfluss auf das Unternehmen? Wie entwickeln sich relevante Märkte und Branchen? Welche langfristigen Trends gibt es?*

1 DAY ACTION PLAN

In 1 Tag und mit 5 Schritten zur Umsetzung

Was sind Ihre beeinflussenden Faktoren (FORCE FIELD)?



1. Ermitteln Sie die „fördernden Faktoren“, die Sie bei der Zielerreichung unterstützen?
2. Was sind die „hemmenden Faktoren“, die Sie bis jetzt abgehalten haben, Ihre Ziele zu erreichen oder die Sie abhalten bzw. limitieren könnten?
3. Werten und priorisieren Sie die Faktoren mit dem Paarvergleich (s. Anlage).

Identifizieren Sie Ihre SWOT-Strategien?



1. Entwickeln Sie Strategien in Ihren identifizierten SWOT-Feldern
2. Identifizieren Sie die 3 Strategien, die die größte Wirkung auf Ihre Zielerreichung haben?

Entwickeln Sie Ihren Action-Plan!



1. Definieren Sie Ihre „SMARTen“ KPIs / Kennzahlen. *WAS wollen Sie bis WANN erreicht haben?*
2. Welche Maßnahmen müssen von WEM (Verantwortlicher) bis WANN (Deadline) umgesetzt werden?

... und setzen Sie um!

Gerne unterstütze ich Sie bei Ihrem „1 Day Action Plan“ oder bei der Umsetzung!

Fragen? Nehmen Sie unverbindlich Kontakt auf.

www.Holger-Lietz.de
info@holger-lietz.de

ZIELE

"Green Field"

Stellen Sie sich vor, Sie haben keine Limitationen, wie Kosten, finanzielle Limits, etc.: *Was sind Ihre Ziele, was wollen Sie erreichen, was ändern?*



ZIELE

Priorität

TOP 3 ZIELE

Priorisieren Sie Ihre Ziele mit dem Paarvergleich (s. Anlage) und identifizieren Sie Ihre 3 Top-Ziele.



Welche 3 Ziele haben die größte Wirkung zur Verbesserung des Ist-Zustandes?

Ziele

1

2

3

SWOT

Analyse

Ermitteln Sie Ihre Stärken und Schwächen (Strengths-Weaknesses) sowie externen Chancen und Risiken (Opportunities-Threats).

Strengths

Stärken

INTERNE FAKTOREN,
die einen Vorteil verschaffen

Weaknesses

Schwächen

INTERNE FAKTOREN,
die gegen Ihr Business arbeiten

Opportunities

Chancen

EXTERNE FAKTOREN,
die Chancen ermöglichen

Threats

Risiken

EXTERNE FAKTOREN,
die Ihr Business bedrohen (könnten)

Mögliche, beispielhafte Fragen, die Sie sich stellen sollten?

- *Welches Alleinstellungsmerkmal hat Ihr Unternehmen, Produkt, Dienstleistung?*
- *Worin sehen Ihre Kunden Ihre Stärken?*
- *Über welche einzigartigen oder besonders günstigsten Ressourcen verfügen Sie?*
- *Wo sehen Wettbewerber Ihre Stärken?*
- *Welche Vorteile ergeben sich aus der finanziellen Situation Ihres Unternehmens?*
- ...

- *An welchen Stellen sehen Sie selbst Verbesserungsbedarf?*
- *In welchen Bereichen ist ihr Unternehmen dem Wettbewerb unterlegen?*
- *Warum gehen Aufträge verloren?*
- *Welche Schwächen werden von außen an das Unternehmen herangetragen?*
- *Welche Schwächen haben in der Vergangenheit zu Misserfolg geführt?*
- ...

- *Von welchen aktuellen Trends oder technologischen Veränderungen kann Ihr Unternehmen profitieren?*
- *Welche gesetzlichen oder regulatorischen Veränderungen können positive Auswirkungen auf Ihr Unternehmen haben?*
- *Welche gesellschaftlichen Entwicklungen beeinflussen das Unternehmen positiv?*
- *Welche Optimierungsmöglichkeiten gibt es?*
- *Gibt es Entwicklungen in Ihrer Lieferanten- oder Absatzstrukturen von denen Sie profitieren können?*
- ...

- *Welche Marktveränderungen können Ihr Unternehmen beeinträchtigen?*
- *In welcher Form kann der Wettbewerb ein Risiko für Ihr Unternehmen darstellen?*
- *Welche gesetzlichen oder regulatorischen Veränderungen können Ihr Unternehmen beeinträchtigen?*
- *Welche Risiken ergeben sich aus der finanziellen Unternehmenssituation?*
-

SWOT

Analyse

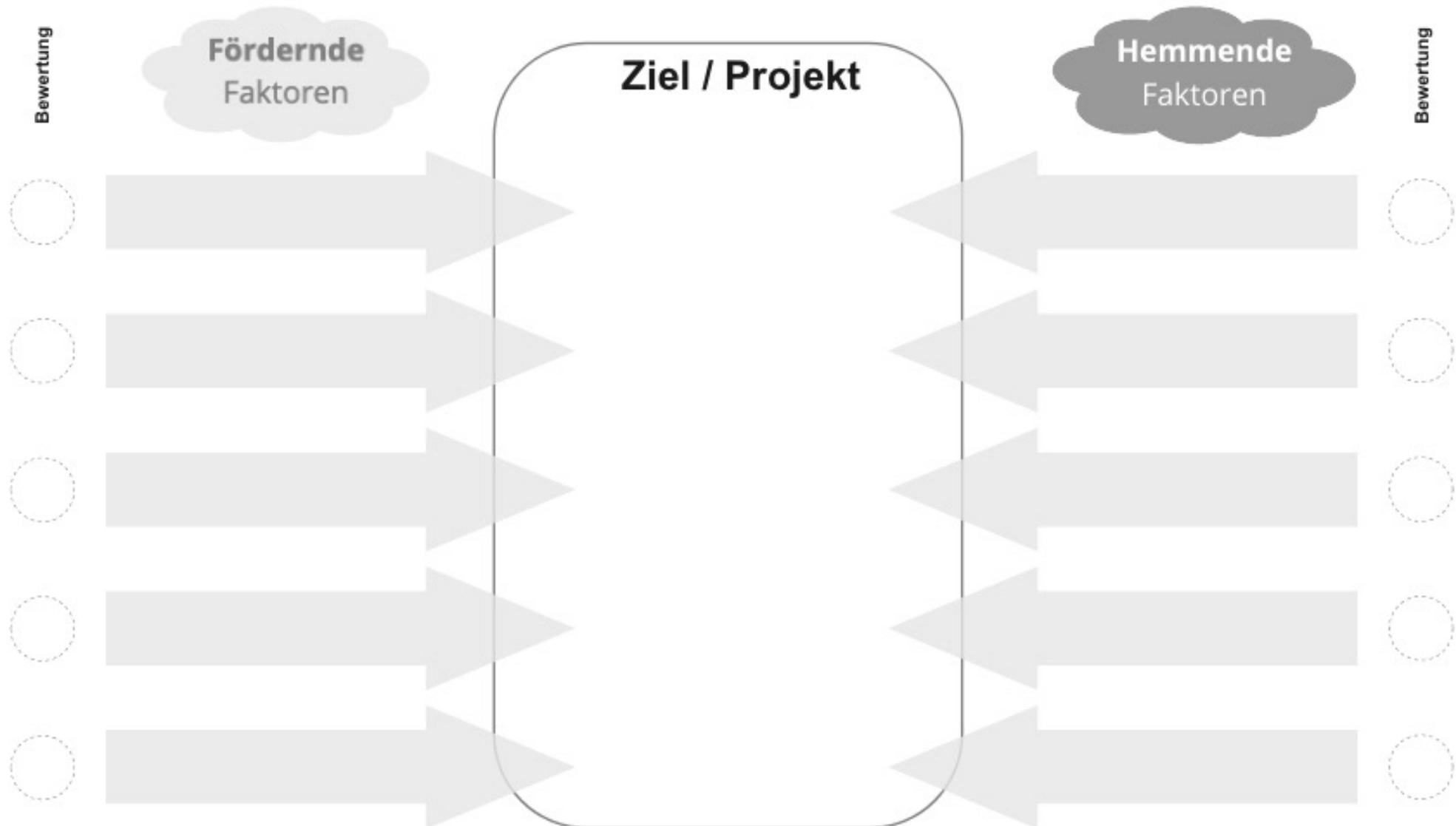
Ermitteln Sie Ihre Stärken und Schwächen (Strengths-Weaknesses) sowie externen Chancen und Risiken (Opportunities-Threats).



Strengths Stärken	Weaknesses Schwächen	Opportunities Chancen	Threats Risiken
INTERNE FAKTOREN, die einen Vorteil verschaffen	INTERNE FAKTOREN, die gegen Ihr Business arbeiten	EXTERNE FAKTOREN, die Chancen ermöglichen	EXTERNE FAKTOREN, die Ihr Business bedrohen (könnten)

FORCE FIELD

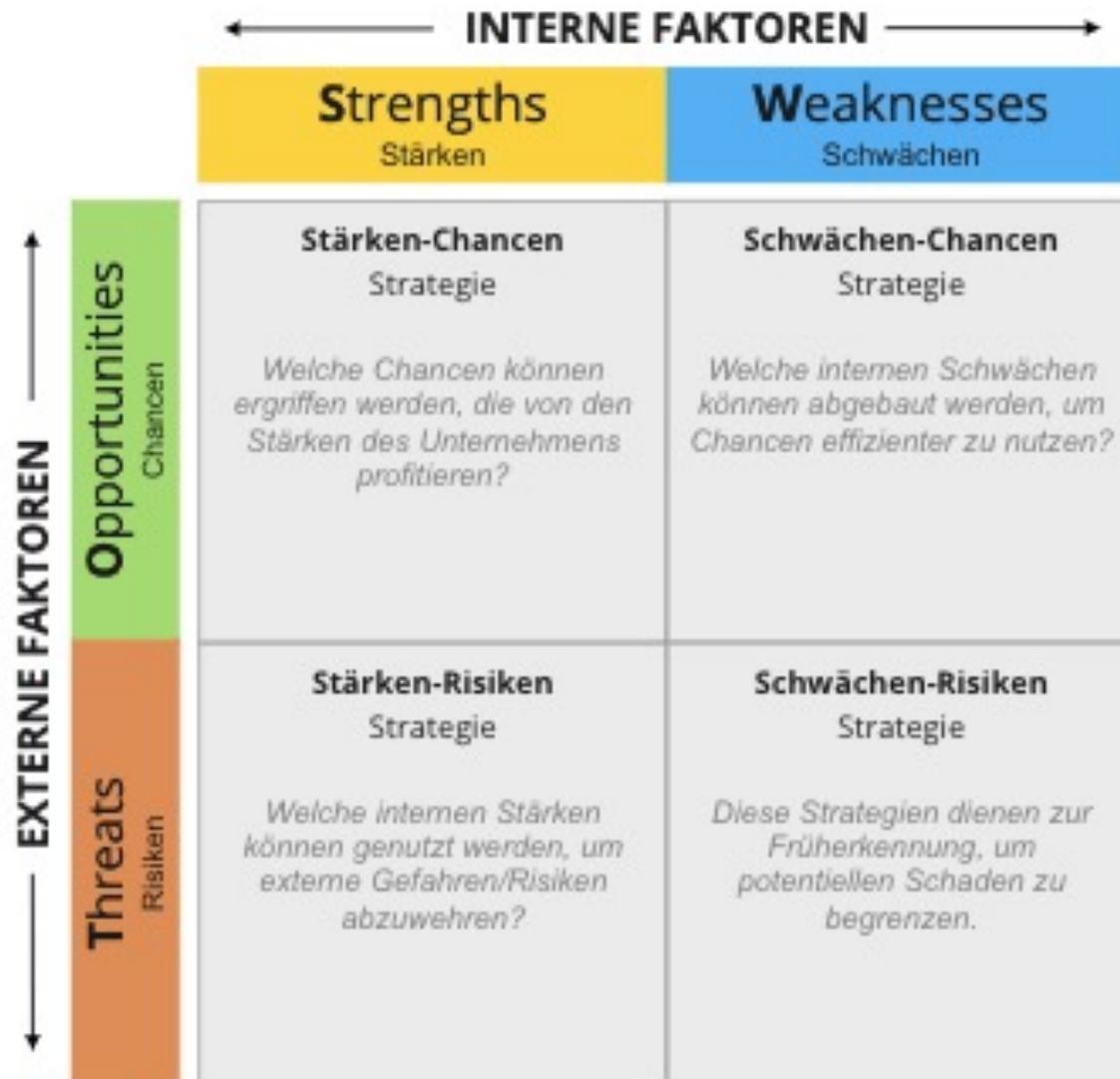
1. Ermitteln Sie die „fördernden Faktoren“, die Sie bei der Zielerreichung unterstützen?
2. Was sind die „hemmenden Faktoren“, die Sie bis jetzt abgehalten haben, Ihre Ziele zu erreichen oder die Sie abhalten bzw. limitieren könnten?



SWOT

Strategie

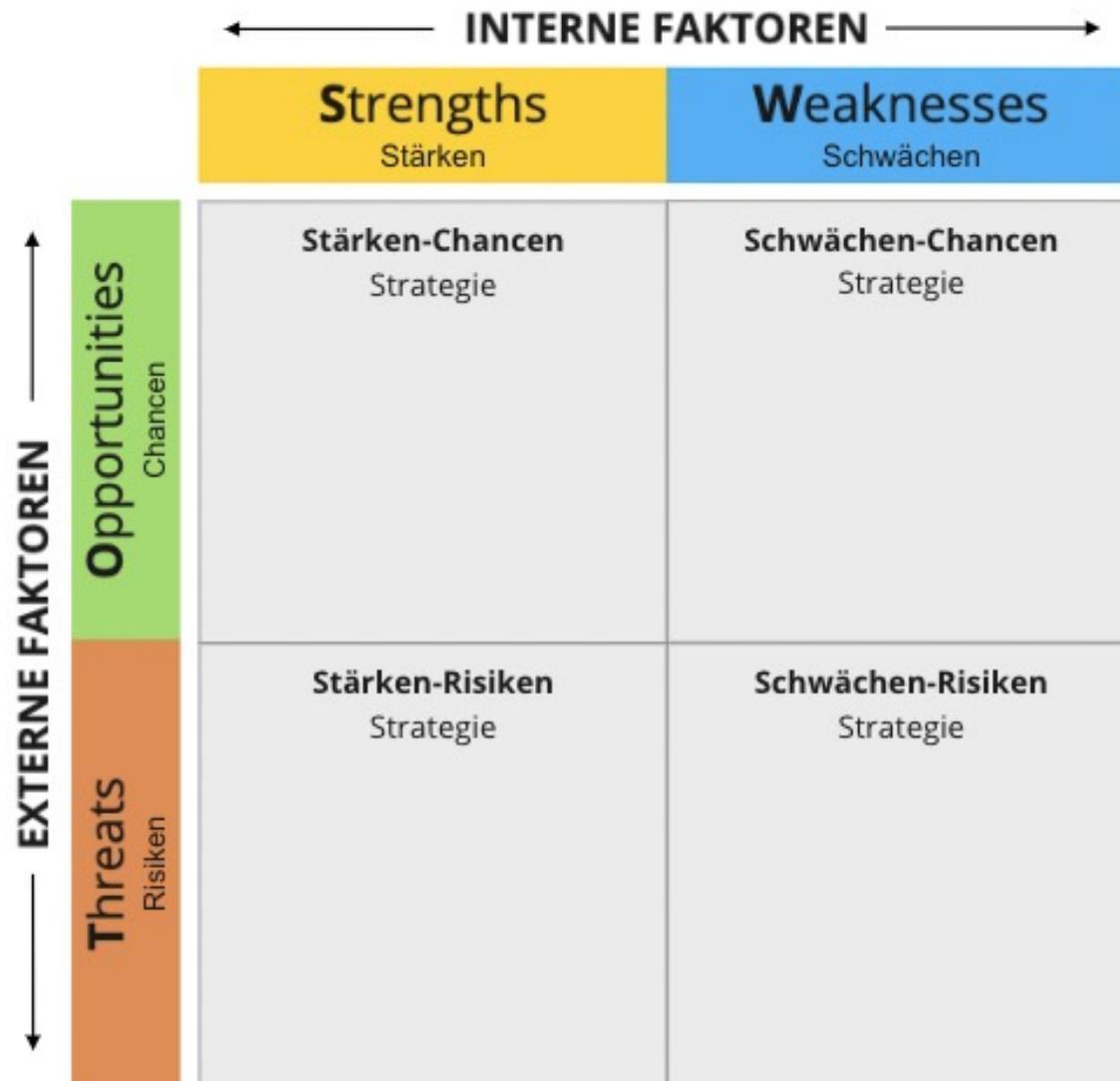
Entwickeln Sie Strategien in Ihren identifizierten SWOT-Feldern.



SWOT

Strategie

Entwickeln Sie Strategien in Ihren identifizierten SWOT-Feldern.



SWOT

Strategie

Identifizieren Sie die 3 Strategien, die die größte Wirkung auf Ihre Zielerreichung haben?



Welche 3 Strategien haben die größte Wirkung für die Zielerreichung?

Strategie

1

2

3

1-PAGE DASHBOARD



ZIELE

1
2
3



STRATEGIEN

1
2
3

KENNZAHL / KPI	IST	SOLL (Monat, Quartal, Jahr)	SOLL (Monat, Quartal, Jahr)

MASSNAHMEN / AKTIONEN	Verantwortlich	Deadline

PAARVERGLEICH

A

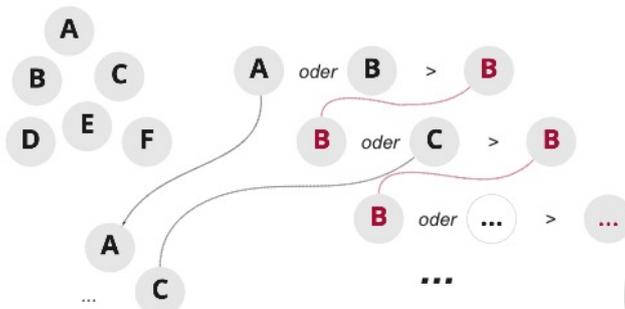
Einfacher Paarvergleich

Der „Paarvergleich“ ist eine *einfache* und *universell einzusetzende Methode*, die immer dann genutzt werden kann, wenn eine Auswahl aus wenigen Kriterien, Zielen, etc. getroffen werden muss.

Sicherlich gibt es anspruchsvollere, filigranere und komplexere Methoden, aber für eine Auswahl, *die zur Entscheidung zwingt*, ist dies eine sehr mächtige Anwendung. Probieren Sie es aus!

Beispiel

1. Wählen Sie aus Ihren ermittelten Zielen in einem 1. Durchgang wahllos ein Ziel (A) aus.
2. Vergleichen Sie es mit einem anderen Ziel (B) und stellen Sie sich die Frage: *Welches Ziel ist wichtiger, A oder B?*
3. Entscheiden Sie sich für ein Ziel (B) stellen Sie das „weniger wichtigere Ziel (A)“ zurück.
4. Vergleichen Sie nun das selektierte Ziel (B) mit einem weiteren Ziel (C).
5. Entscheiden Sie sich erneut für ein Ziel (B) und stellen Sie das „weniger wichtigere Ziel (C)“ zurück.
6. Vergleichen Sie nun alle Ziel paarweise, bis nur noch ein Ziel übrig ist: Das ist Ihr Top-Ziel Nr.1
7. Starten Sie nun einen 2. Durchlauf mit den verbliebenen Zielen und verfahren Sie wie im ersten Durchlauf.
8. Nach dem 3. Durchlauf haben Sie **Ihre 3 Top-Ziele in wenigen Minuten identifiziert!**



Sie können den Paarvergleich auch in einer Matrix darstellen

	A	B	C	D	E	F
A		B	C	D	E	F
B			B	D	B	F
C				D	E	F
D					D	F
E						F
F						
Anzahl Nennungen	0	3	1	4	2	5
Ranking	-	3	5	2	4	1

Gehen Sie zeilenweise vor

Ein Excel-Sheet zur Berechnung können Sie hier herunterladen!

[DOWNLOAD](#)

Zählen Sie die Nennungen aus

Die Gesamtsumme (Prüfsumme), hier 15, entspricht der Anzahl der Vergleiche (Zellen)

PAARVERGLEICH

B

Präferenzmatrix

Sie können den Paarvergleich auch in einer Präferenzmatrix darstellen, wenn Sie eine stärkere Differenzierung benötigen.

1. Erstellen Sie eine Matrix mit Ihren Kriterien/Zielen/Faktoren/Strategien
2. Vergleichen Sie z.B. Ihre SWOT-Strategien miteinander und stellen sich die Frage: *Welche Strategie hat die größte Wirkung auf meine Zielerreichung?*
3. Geben Sie jeder Strategie im Vergleich folgenden Wert:
 - Ist „weniger wichtig“ bzw. hat „eine geringere Wirkung“ = 0
 - Ist „gleich wichtig“ bzw. hat „eine ähnliche Wirkung“ = 1
 - Ist „wichtiger“ bzw. hat „eine größere Wirkung“ = 2
4. Addieren Sie die Zeilensummen und identifizieren Sie Ihre **3 Top-Strategien** für Ihre Umsetzung!

Gehen Sie zeilenweise vor und tragen Sie den korrespondierenden Wert in die entsprechende Kolumne ein. Beispiel: Wenn A „wichtiger“ als B = 2, dann ist B „weniger wichtiger“ als A = 0

Ein Excel-Sheet zur Berechnung können Sie hier herunterladen!

[DOWNLOAD](#)

	A	B	C	D	E	F	G				
A		2	0	0	1	0	2	Σ	5	12%	4
B	0		0	0	2	0	2	%	4	10%	5
C	2	2		2	2	2	2	RANKING	12	28%	1
D	2	2	0		2	2	2		10	24%	2
E	1	0	0	0		1	0		2	5%	6
F	2	2	0	0	1		2		7	16%	3
G	0	0	0	0	2	0			2	5%	6