

Mit der richtigen Strategie zum Erfolg

Schritt für Schritt statt ein großer Sprung - Repositionierung

Wir entwickeln mit Ihnen gemeinsam mit Hilfe unseres bewährten Strategie Planes eine tragfähige Neu-Positionierung in 4-8 Wochen. Dabei analysieren wir zuerst die Ausgangsbasis des äußeren Umfeldes und ihres Wettbewerbes.

Im nächsten Schritt ermitteln wir bestehende Stärken und Schwächen und stellen diese im magischen Fünfeck dar. Hier verlassen wir uns nicht nur auf das Know-how Ihres Verbandes, sondern integrieren, wo es sinnvoll und erforderlich ist, auch Mitglieder und Partner des Verbandes.

Eine darauf aufbauende Bewertung der derzeitigen Services und Dienstleistungen für ihre Mitglieder eröffnet erste Handlungsalternativen. Unter Beachtung des Veränderungspotentials werden daraus im fünften Schritt Handlungsoptionen abgeleitet und Maßnahmen ausgearbeitet.

Wo alle an einem Strang ziehen ist der Erfolg nicht weit - Implementierung

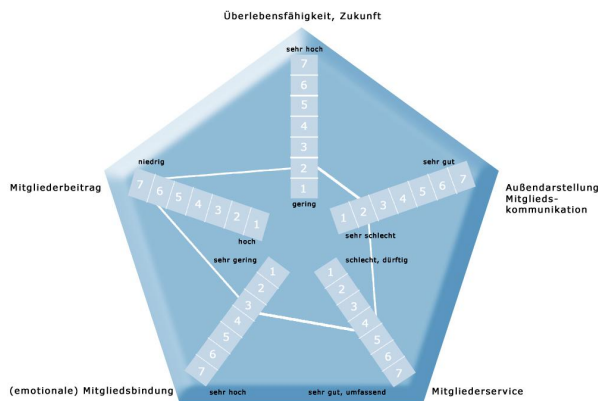
Wir wissen aus Erfahrung, dass ein Verband nicht wie ein Wirtschaftsunternehmen funktioniert. Nicht nur die Wechselbeziehung aus Haupt- und Ehrenamt, auch die divergierenden Interessenslagen der Mitglieder stellen ein Problemfeld dar.

Um die Einzelinteressen der Verbandsmitglieder möglichst umfassend mit den Vereinszielen zu verknüpfen, analysieren wir zuerst die bestehenden Kommunikationsbeziehungen.



Im weiteren Prozess der Implementierung setzen wir vorbereitete und moderierte Workshops ein. Dabei kommt uns über unsere Erfahrung hinaus der Vorteil eines neutralen externen Coaches zu Gute.

Mit diesem Vorgehen lassen sich Grabenkämpfe und hohe interne Reibungsverluste auf einen konstruktiven Dialog und die gemeinsame Entwicklung von Handlungsaktionen zurückführen.



Wissen, was ankommt - Mitgliederumfragen

Die Auswertung einer professionell durchgeführten Mitgliederumfrage gibt einen guten Überblick über die Wünsche und Anregungen seitens der Verbandsmitglieder. So vermeiden Sie es die Aussagen einiger Einzelgruppierungen auf die vermeintlichen Wünsche der breiten Basis „hochzurechnen“.

Alarmsignale in diesem Zusammenhang sind ein bereits seit längerem andauernder Mitgliederschwund oder die Schwierigkeit, neue Beitragszahler zu gewinnen.

Darüber hinaus erhalten sie schnell einen Überblick, welche Leistungen geschätzt werden. Kaum nachgefragte, aber ressourcenbindende Dienstleistungen können so ohne große Verluste eingestellt, und die freien Kapazitäten zum Ausbau anderer gern genutzter und positiv wahrgenommener Leistungen verwendet werden.

„Wer wir sind und was wir wollen“ – Mission Statement

Viele Verbände versuchen immer noch mit zwanzig oder mehr Sachthemen es allen Mitgliedern recht machen zu wollen. Die Konsequenz daraus ist, dass der Verband kaum noch wahrgenommen wird. Dabei liegt die Kunst in der Beschränkung.

Wir entwickeln mit ihnen eine glasklare Positionierung, und leiten Ziele und Handlungsfelder daraus sauber ab. Diese zentralen Ziele und Themen müssen kurz und prägnant für Ihre Zielgruppen auf den Punkt gebracht werden. Dieses „Mission Statement“ sagt allen Mitarbeitern, Mitgliedern und der Öffentlichkeit klar und deutlich, wer sie sind und was sie wollen!

Wenn doch alles nur so einfach wäre - Prozessoptimierung

Die interne Struktur, die Aufgabenverteilung und das Organigramm ergeben sich oft aus der Historie und sind über Jahrzehnte gewachsen. Nicht wirklich aber eine gute Ausgangsbasis, um ein Optimum an Qualität und Effizienz sicherzustellen.

Eine saubere Analyse der aktuellen Tätigkeiten auf Notwendigkeit, Zielführung und Effizienz ergibt fast immer Ansatzpunkte für Verbesserungspotentiale. Nicht selten wird ein Großteil der Zeit dabei für Randprozesse aufgewandt, die zur eigentlichen Wertschöpfung nur minimal beitragen.

Wir greifen dabei auf standardisierte Methoden und Werkzeuge zurück, um Ihrem Tagesgeschäft auf die Sprünge zu helfen.