

STRATEGISCHES MANAGEMENT: “REISEBÜRO“

Christin Sieler - 28206

Natalie Wendt – 27599







GLIEDERUNG

1. Strategische Zielplanung
2. Strategische Analyse/Prognose
3. Strategieentwicklung
4. Strategieimplementierung
5. Strategiekontrolle

1. STRATEGISCHE ZIELPLANUNG – UNTERNEHMENSLEITBILD

- Kunden Ihren Traumurlaub ermöglichen
 - wir bieten vom Aktivurlaub bis
Wellnesswochenende alle Varianten an
 - freundlicher Service, ausgiebige Beratung
 - Qualität und Kundenzufriedenheit
- 
- A series of several parallel white lines of varying thicknesses, slanted diagonally from the bottom-left towards the top-right, crossing the right side of the slide.

1. STRATEGISCHE ZIELPLANUNG – ZIELFORMULIERUNG

- Steigerung des Gewinns
 - Kundenzufriedenheit / Kundenbindung
 - Gewinn von Neukunden, Erhöhung unseres Marktanteils
 - Umsatzsteigerung
- 
- A series of several parallel white lines of varying lengths and positions, extending diagonally from the bottom-left towards the top-right of the slide, creating a sense of movement and design.

2. STRATEGISCHE ANALYSE/PROGNOSE – SWOT-MATRIX



2. STRATEGISCHE ANALYSE/PROGNOSE – SWOT-MATRIX

Stärken

- Kundenorientierung, Servicequalität
- Branchenkenntnisse und Expertise
- Ruf und Vertrauen



2. STRATEGISCHE ANALYSE/PROGNOSE – SWOT-MATRIX

Schwächen

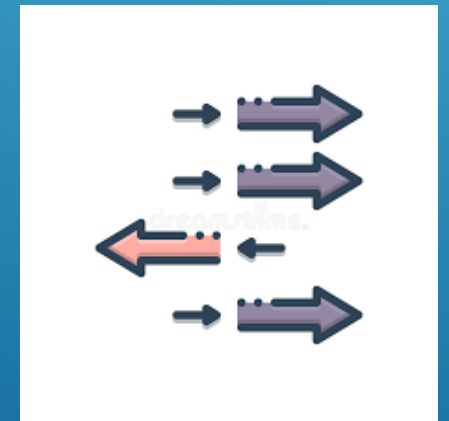
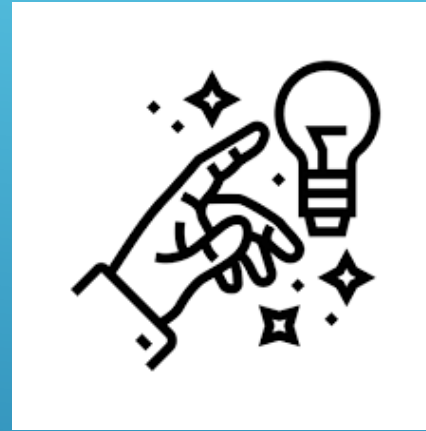
- Verfügbarkeit
- veraltete Technologie
- Begrenzte Auswahl in Vergleich zu Onlineanbietern



2. STRATEGISCHE ANALYSE/PROGNOSE – SWOT-MATRIX

Chancen

- Individualisierung
- Lokale Expertise
- Nachhaltiges Reisen
- Reisen für Senioren



2. STRATEGISCHE ANALYSE/PROGNOSE – SWOT-MATRIX

Risiken

- Marktrisiken
- Währungsrisiken
- Hohe Konkurrenz
- Haftungsrisiken



2. STRATEGISCHE ANALYSE/PROGNOSE – TOWS-MATRIX

Strengths-Opportunities-Strategien	Weaknesses-Opportunities-Strategien
Strengths-Threats-Strategien	Weaknesses-Threats-Strategien

2. STRATEGISCHE ANALYSE/PROGNOSE – TOWS-MATRIX

Strengths – Opportunities

- Personal schulen
- Personal sammelt selber Urlaubserfahrung



2. STRATEGISCHE ANALYSE/PROGNOSE – TOWS-MATRIX

Strengths – Threats – Strategie

- Differenzierungsstrategie
- Ausbauen von Recherchefähigkeiten

2. STRATEGISCHE ANALYSE/PROGNOSE – TOWS-MATRIX

Weaknesses – Opportunities – Strategien

- Ausweiten von Reiseangeboten
- Umweltfreundliche Reisen
- Reisen für Senioren
- online – Beratungen



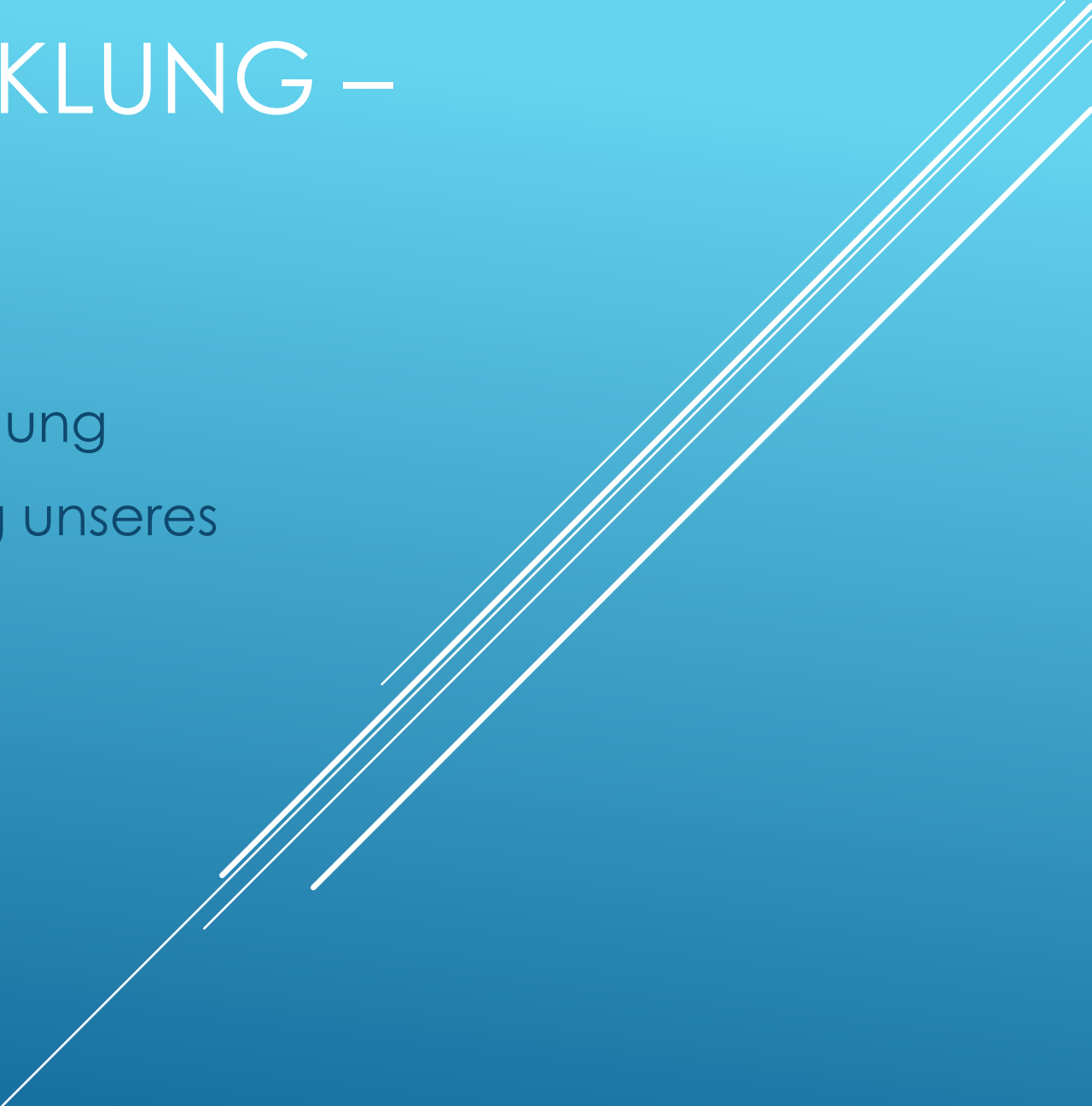
2. STRATEGISCHE ANALYSE/PROGNOSE – TOWS-MATRIX

Weaknesses – Threats – Strategien

- Kundenbewertungsplattform
- Technik erneuern



3. STRATEGIEENTWICKLUNG – NUTZWERTANALYSE

- Steigerung des Gewinns
 - Kundenzufriedenheit / Kundenbindung
 - Gewinn von Neukunden, Erhöhung unseres Marktanteils
 - Umsatzsteigerung
- 
- A series of several parallel white lines of varying thicknesses, slanted diagonally from the bottom-left towards the top-right, set against a blue gradient background.

3. STRATEGIEENTWICKLUNG – NUTZWERTANALYSE

	Gewinn- steigerung (40%)	GP	Kundenzufrieden- heit + Kundenbindung (20%)	GP	Gewinnung Neukunden (20%)	GP	Umsatzsteigerung (20%)	GP	Summe
Differenzierungsstrategie Kleingruppenreisen	1	0.4	4	0.8	4	0.8	1	0.2	2.2
Weitere Personalschulung	1	0.4	4	0.8	1	0.2	3	0.6	2.0
Urlaubsreisen Personal	1	0.4	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1.0
Reiseangebot / Varianten ausweiten	3	1.2	3	0.6	2	0.4	2	0.4	2.6
Umweltfreundlichere Reisen	1	0.4	1	0.2	2	0.4	1	0.2	1.2
Seniorenreisen	1	0.4	1	0.2	3	0.6	1	0.2	1.4
Online-Beratungen	3	1.2	1	0.2	5	1.0	4	0.8	3.2
Kundenbewertungs- plattform	2	0.8	4	0.8	0	0	2	0.4	2.0
Veraltete Technik erneuern	3	1.2	1	0.2	0	0	3	0.6	2.0
Noch mehr Recherche	2	0.8	2	0.4	1	0.2	2	0.4	1.8

4. STRATEGIEIMPLEMENTIERUNG – BALANCED SCORECARD

Ziel	Kennzahlen	Strategie / Maßnahmen	Kennzahlen / Sollvorgaben
Kundenzufriedenheit + Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl Stammkunden / Wiederkäufer • Verhältnis positiver Rückmeldungen zu negativen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenbewertungsplattform aufbauen und Anreize geben • Beratungen von freundlichem und geschultem Personal 	<ul style="list-style-type: none"> • Innerhalb eines Jahres die Plattform aufbauen • für den Anfang sollen mindestens 10 % unserer Kunden ein Feedback geben • Anzahl Schulungen
Gewinnung von Neukunden	<ul style="list-style-type: none"> • Neukunden dieses Jahr • Anzahl Neukunden dieses Jahr im Vergleich zu letztem Jahr 	<ul style="list-style-type: none"> • Onlineberatungen, besonders für weit weg lebende Personen aus der Großstadt • Reisen für Senioren • Kleingruppenreisen anbieten • Reiseangebot ausweiten, mehr Möglichkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl Neukunden durch online Beratungen • Verhältnis Anzahl Reisen für Senioren zu älteren Kunden • Anzahl verschiedener Reiseangebote
Umsatzsteigerung, Gewinnsteigerung	<ul style="list-style-type: none"> • Umsatzwachstum • Jahresgewinn 	<ul style="list-style-type: none"> • Veraltete Technik ersetzen • Recherchefähigkeiten weiter ausbauen 	<ul style="list-style-type: none"> • Verhältnis veralteter Technologie zu neuer Technologie • Anzahl entdeckter Top-Hotels

5. STRATEGIEKONTROLLE

- halbjährige Besprechung
- Überlegung Outsourcen vom Controlling



A tropical beach scene featuring a wooden walkway leading to several thatched huts over turquoise water. The sky is a deep blue, and the water is a vibrant turquoise. The huts have conical thatched roofs and are built on stilts. The walkway is made of dark wood and leads from the foreground towards the huts. The overall atmosphere is serene and tropical.

VIELEN DANK FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT!
HABEN SIE NOCH FRAGEN?

QUELLEN

<https://www.pexels.com/de-de/foto/grune-palme-450038/> (Bild Folie 1)

<https://www.pexels.com/de-de/foto/foto-des-kokosnussbaums-an-der-kuste-1576955/> (Bild Folie 2)

https://www.flaticon.com/de/kostenloses-icon/starke_349383 (Bild Folie 6)

https://www.flaticon.com/de/kostenloses-icon/die-schwache_4961726 (Bild Folie 7)

<https://de.vecteezy.com/vektorkunst/20377029-erkenne-chancen-linie-symbol-vektor-illustration> (Bild Folie 8)

<https://de.dreamstime.com/mix-symbol-für-individualisierung-pfeil-und-vorwärts-rückwärts-entgegengesetzt-richtung-image159898457> (Bild Folie 8)

<https://de.vecteezy.com/vektorkunst/20200110-risiko-icon-design> (Bild Folie 9)

<https://unternehmer.de/management-people-skills/378-viele-mitarbeiter-haendler-oder-kunden-in-kurzer-zeit-schulen> (Bild Folie 11)

<https://www.pexels.com/de-de/foto/brown-hut-island-pavillon-38238/> (Bild Folie 20)